

**Eettinen ohjeistus osana kestävän matkailun edistämistä
matkakohhteessa – tutkimuskohteena Land of National Parks**

Emmi Korhonen

791619S

Pro gradu -tutkielma

Maantieteen tutkinto-ohjelma

Oulun yliopisto

02.06.2021

Yksikkö:	Pääaine:		
Maantieteen tutkimusyksikkö	Maantiede		
Tekijä:	Opiskelija-numero:	Tutkielman sivumäärä:	
Korhonen Emmi Greetta	2503314	65 + II liit.	
Tutkielman nimi:			
Eettinen ohjeistus osana kestävän matkailun edistämistä matkakohteessa – tutkimuskohteena Land of National Parks			
Asiasanat:	kestävä matkailu, eettinen ohjeistus, matkailijat, Land of National Parks, matkailijoiden käyttäytyminen		
Tiivistelmä:			
<p>Tämän tutkielman tarkoituksena on selvittää matkailijoiden käyttäytymistä, tietoja ja taitoja kestävyteen liittyen sekä kartoittaa tarvetta matkailijoille suunnatulle eettiselle ohjeistukselle. Lisäksi tarkoituksena on selvittää mitä eettisen ohjeistuksen tulisi sisältää ja mitä sen luomisprosessissa tulisi ottaa huomioon. Tutkimuksen kohdealueena toimii Land of National Parks -alue, joka kattaa Kuusamon lentokentän vaikutusalueen matkailukohteet.</p> <p>Tutkimuksen teossa on hyödynnetty monimenetelmällistä lähestymistapaa eli siinä yhdistyy kvantitatiiviset ja kvalitatiiviset tutkimusmenetelmät. Tutkimuksen aineisto koostuu kvalitatiivisista haastattelu- ja havainnointiaineistoista sekä kvantitatiivisesta kyselyaineistosta. Tutkimusongelmaan haetaan vastauksia matkailualan yrittäjien ja matkailijoiden näkemysten perusteella sekä tutkimuksen tekijän tekemien havaintojen perusteella. Monimenetelmällisellä lähestymistavalla ja eri matkailun sidosryhmiä kuulemalla on pyritty saavuttamaan monipuolinen ja kattava näkemys tutkimusongelmaan nähden.</p> <p>Tutkimuksen tulokset osoittavat, että matkailijoiden käyttäytymisen suhteen koetaan tarvetta muutokselle ja että matkailijoiden kestävyystiedoissa ja -taidoissa on huomattavia puutteita. Toisaalta huomattavaa on, että matkailijoiden asenteet kestävyyttä kohtaan ovat pääasiassa hyvinkin positiivisia ja usean matkailualan yrittäjän näkemyksen mukaan positiivista muutosta käyttäytymisen suhteen on havaittavissa. Tuloksissa ilmeni myös, että matkailijoiden ohjeistamiselle koettiin tarvetta matkailuala yrittäjien puolelta ja toisaalta myös matkailijat toivoivat lisää ohjeistamista. Lisäksi tutkimuksen avulla saatiin näkemyksiä siitä, minkälainen alueen matkailijoille suunnatun eettisen ohjeistuksen tulisi olla ja mitä sen tulisi sisältää.</p> <p>Matkailijoille suunnattu eettinen ohjeistus voi olla oiva tapa vastata ohjeistamisen tarpeeseen ja pyrkiä siten edistämään matkakohteen matkailun kestävyttä. Ohjeistuksen suunnitteluun ja luomisprosessiin tulisi kiinnittää erityisesti huomiota, jotta sillä voisi olla mahdollisimman hyvät edellytykset olla toimiva työkalu kestävyden edistämisessä. Eettisten ohjeistusten toimivuudesta on kuitenkin olemassa vain vähän tutkimustietoa, mikä voisi olla tärkeä jatkotutkimuksen aihe tulevaisuudessa.</p>			
Muita tietoja:			
Päiväys: 31.05.2021			

Sisällysluettelo

1.	Johdanto	4
2.	Matkailu, kestävyys ja pohjoinen ympäristö.....	7
2.1.	Kestävä matkailu	7
2.2.	Matkailu ja kestävyys pohjoisilla alueilla	9
2.3.	Matkailijoiden käyttäytyminen ja sen vaikutukset	12
2.4.	Vierailijoiden hallinta	15
3.	Eettiset ohjeistukset.....	16
3.1.	Eettisten ohjeistusten määritelmä ja historia	16
3.2.	Eettiset ohjeistukset matkailussa	18
3.3.	Eettisten ohjeistusten sisältö ja luominen	20
4.	Tutkimusalue: Land of National Parks.....	22
5.	Tutkimusaineisto ja -menetelmät	24
5.1.	Haastattelu	25
5.2.	Kuluttajakysely	27
5.3.	Havainnointi	29
6.	Tulokset.....	30
6.1.	Haastattelujen tulokset.....	30
6.1.1.	Yritysten taustatiedot.....	30
6.1.2.	Matkailijoiden käyttäytyminen	31
6.1.3.	Haastateltavien ehdotukset ja huomiot eettiseen ohjeistukseen	36
6.2.	Kuluttajakyselyn tulokset	36
6.2.1.	Taustatiedot	37
6.2.2.	Vastuullisuus- ja hiilikysymysten tulokset.....	39
6.2.3.	Matkailijoiden näkemykset matkakohteen kehityksestä	45
6.3.	Havainnoinnin tulokset.....	46
7.	Yhteenveto ja johtopäätökset	51
7.1.	Matkailijoiden käyttäytyminen sekä kestävyteen liittyvät asenteet, tiedot ja taidot	52
7.2.	Tarve yhtenäiselle eettiselle ohjeistukselle LoNP -alueella	53
7.3.	Eettisen ohjeistuksen sisältöön ja luomiseen liittyvät huomiot	55
8.	Pohdinta.....	56
9.	Lähteet.....	60
	Liitteet	67

1. Johdanto

Matkailualan kasvu ja kehitys on ollut voimakasta viime vuosikymmenien ajan. Matkailualan voimakas kehitys on alkanut 1950-luvulla ja etenkin viime vuosina alan kasvu on ollut erittäin nopeaa, minkä ennustetaan jatkuvan yhä edelleen tulevaisuudessa (Hall & Page, 2006; UNWTO, 2018). Matkailualan valtavan kasvun myötä sen merkitys globaalilla tasolla on noussut hyvin suureksi, ja siitä on tullut tärkeä osa maailmantaloutta. Matkailusta on tullut myös tärkeä osa yhä useamman ihmisen elämää, niin vapaa-ajan vieton, kuin elannon ansainnan kannalta.

Matkailu käsitteenä on hyvin laaja ja sille on olemassa lukusia eri määritelmiä. World Tourism Organizationin (WTO) eli Maailman matkailujärjestön ja Yhdistyneiden Kansakuntien (YK) määritelmän (1994) mukaan matkailu tarkoittaa toimintaa, jossa ihminen matkustaa tavanomaisen ympäristönsä ulkopuolelle vapaa-ajan vieton, liikematkan tai muun tarkoituksen takia, korkeintaan yhden vuoden kerrallaan. Matkailu on noussut tärkeäksi ja ajankohtaiseksi keskustelun ja tutkimuksen aiheeksi. Etenkin matkailun vaikutusten arviointi on noussut keskeiseksi aiheeksi maantieteellisessä tutkimuksessa.

Matkailu on kasvanut yhdeksi maailman suurimmista talouden sektoreista, ja siten sillä valtavat taloudelliset ja työllistävät vaikutukset. Matkailualan osuus koko maailman bruttokansantuotteesta (BKT) on jopa 10,3 prosenttia ja noin joka kymmenes maailman työpaikoista on matkailualalla (WTTC, 2020). Matkailu on siis hyvin merkittävä osa maailmantaloutta ja siitä aiheutuu huomattavia positiivisia vaikutuksia taloudellisesti. Matkailusta aiheutuvat positiiviset taloudelliset vaikutukset olivatkin pitkään ensisijaisena fokuksena ja matkailu nähtiin yleisesti positiivisessa valossa, sen vaikutuksesta taloudelliseen kehitykseen johtuen (Rutty ym., 2015: 36). Matkailun negatiivisiin vaikutuksiin alettiin kunnolla kiinnittää huomiota vasta 1970 ja 1980-luvuilla (Hall & Page, 2006).

Matkailulla on taloudellisten vaikutusten lisäksi myös merkittäviä sosiaalisia, kulttuurisia ja ekologisia vaikutuksia (Gössling ym., 2015). Matkailun vaikutukset esimerkiksi ilmastonmuutoksen, luonnon monimuotoisuuden vähenemisen, tautien leviämisen ja kulttuurisen kaupallistamisen osalta ovat nousseet tärkeiksi keskustelun aiheiksi (Rutty ym., 2015: 36). Matkailusta aiheutuvien erilaisten vaikutusten tunnistamisen myötä tärkeäksi keskustelun ja tutkimuksen aiheeksi on noussut matkailun kestävyys.

Matkailusta aiheutuvia vaikutuksia sekä matkailun kestävyyttä arvioitaessa, on erityisen tärkeää tunnistaa ja arvioida matkailijoiden käyttäytymistä sekä sen vaikutuksia. Matkailijat ovat jo silkan määrän perusteella hyvin merkittävä joukko, ja siksi heidän toimintaansa tulisi kiinnittää erityistä huomiota. Masonin mukaan (2008) matkailijoiden hallinta (*visitor management*) onkin yksi tärkeimmistä keinoista matkailun vaikutusten hallinnan kannalta. Eräs yleinen matkailijoiden hallinnassa käytetty keino on erilaiset ohjeistukset, kuten eettiset ohjeistukset (Mason, 2005). Niiden avulla voidaan pyrkiä muuttamaan matkailijoiden käyttäytymistä kestävämpään suuntaan informoimalla siitä, miten matkailijoiden toivotaan käyttäytyvän ja mitä tulisi välttää (Mason, 2005).

Kuusamon lentokentän vaikutusalueen matkailun kehittymiseen tähtäävässä Gateway to Land of National Parks -hankkeen toteutukseen kuuluu useita toimenpiteitä, joilla pyritään edistämään kestävä matkailua hankealueella. Eräänä kestävä matkailua edistävänä toimenpiteenä on suunniteltu toteutettavan hankealueen, eli Land of National Parksin (LoNP), yhteinen eettinen ohjeistus. Tulevan ohjeistuksen kohderyhmä on alueen matkailijat ja ohjeistuksen on tarkoitus olla alueen yrityksillä vapaasti hyödynnettävissä. Tämän tutkimuksen tarkoituksena on tehdä selvitystyötä suunnitteilla olevaa matkailijoille suunnattua eettistä ohjeistusta varten. Selvitystyötä lähdetään tekemään seuraavien tutkimuskysymysten avulla:

1. Kuinka kestävästi LoNP -alueen matkailijat käyttäytyvät ja minkälaiset ovat matkailijoiden kestävyystiedot ja -taidot?
2. Onko LoNP -alueella tarve yhtenäiselle eettiselle ohjeistukselle?
3. Mitä tulisi ottaa huomioon LoNP -alueen eettisen ohjeistuksen sisällössä ja luomisprosessissa?

Ensimmäisen tutkimuskysymyksen avulla pyritään keräämään tietoa eettisen ohjeistuksen kohderyhmästä eli LoNP -alueen matkailijoista. Kysymykseen etsitään vastausta matkailuyrittäjien sekä matkailijoiden itsensä näkökulmista, ja pyritään selvittämään mahdollisia ongelmakohtia matkailijoiden käyttäytymisessä ja sitä mitkä ovat matkailijoiden lähtökohdat kestäväan toimintaan. Toisen tutkimuskysymyksen tarkoituksena on selvittää, onko alueella ylipäättään tarvetta yhtenäiselle eettiselle ohjeistukselle ja millä tavoin mahdollinen tarve ilmenee. Kolmannen tutkimuskysymyksen avulla on tarkoitus selvittää, mitä juuri LoNP -alueen matkailijoille suunnatun ohjeistuksen

sisällön ja luomisen osalta tulisi ottaa huomioon, jotta ohjeistuksella olisi mahdollisimman hyvät edellytykset olla toimiva työkalu kestävän matkailun edistämässä.

Tässä tutkimuksessa tutkimuskysymyksiin lähdetään selvittämään vastauksia perehtymällä aluksi tutkimusaiheeseen liittyvään kirjallisuuteen ja jo olemassa olevaan tutkimustietoon. Tutkimuksen teoriaosuuden jälkeen esitellään tutkimusalue sekä tutkimusaineisto ja -menetelmät. Tutkimuksessa on käytetty monimenetelmätekniikkaa eli hyödynnetty sekä kvalitatiivisia että kvantitatiivisia tutkimusmenetelmiä. Tutkimuksen tuloksissa käsitellään ensin matkailuyritysten näkökulmaa kvalitatiivisen haastatteluaineiston pohjalta ja toisena matkailijoiden näkökulmaa kvantitatiivisen kyselyaineiston pohjalta. Viimeisenä käsitellään kvalitatiivisen havainnointiaineiston tulokset. Lopuksi esitetään yhteenveto tuloksista ja vastataan tutkimuskysymyksiin sekä käydään läpi tutkimuksen onnistumista, rajoitteita ja mahdollisia jatkotutkimusaiheita.

2. Matkailu, kestävyys ja pohjoinen ympäristö

2.1. Kestävä matkailu

Kestävän kehityksen määrittelystä ja saavuttamisesta on tullut yksi nykyajan keskeisimmistä yhteiskunnallisista keskustelunaiheista. Kestävä kehitys on alun perin määritelty vuonna 1987 Brundlandin komission raportissa *Our common future* (Butler, 1999: 9). Määritelmän mukaan kestävä kehitys on kehitystä, joka tyydyttää nykyhetken tarpeet viemättä tulevilta sukupolvilta mahdollisuutta tyydyttää omia tarpeitaan (World Commission on Environment and Development, 1987: 43).

Kestävä kehitys on noussut hyvin tärkeäksi ja ajankohtaiseksi aiheeksi myös matkailualalla, ja siitä on tullut tärkeä osa matkailua koskevaa päätöksentekoa (Hall, 2010; Saarinen, 2014). Matkailusta ja kestävästä kehityksestä puhuttaessa käytetään yleisesti termiä kestävä matkailu (*sustainable tourism*). Kestävä matkailu on terminä hyvin monitulkintainen ja sille on olemassa lukuisia eri määritelmiä. UNWTO:n määritelmän (2005) mukaan kestävä matkailu tarkoittaa ”matkailua, joka ottaa täysimittaisesti huomioon tämänhetkiset ja tulevat taloudelliset, sosiaaliset ja ympäristölliset vaikutuksensa sekä huomioi matkailijoiden, matkailuteollisuuden, ympäristön ja vastaanottavien yhteisöjen tarpeet” (Suomennos: Tervo-Kankare, 2017: 235). Kestävän kehityksen periaatteiden mukaisesti tulisi siis pyrkiä minimoimaan matkailusta aiheutuvia negatiivisia vaikutuksia ja edistämään positiivisten vaikutusten toteutumista.

Kestävyys jaotellaan yleisesti kolmeen ulottuvuuteen; ekologiseen, sosiaaliseen ja taloudelliseen kestävyYTEEN (Hall ym. 2015: 27). Näitä ulottuvuuksia kutsutaan myös kestävyYden kolmeksi pilariksi, ja kestäYän kehityksen saavuttamiseksi niiden tulisi olla keskenään tasapainossa (UNEP & UNWTO, 2005: 9). Nykyisin kestäYyden määritelmiin saatetaan myös lukea mukaan poliittinen kestäYyys, jonka voidaan katsoa olevan muiden osa-alueiden taustalla (Tervo-Kankare, 2017: 238).

Kestävän matkailun näkökulmasta ekologinen kestäYyys tarkoittaa matkailun negatiivisten ympäristövaikutusten minimointia sekä pyrkimystä säilyttää luonnon resursseja ja monimuotoisuutta (UNEP & UNWTO, 2005: 9-11). Matkailussa luonto on usein tärkeä vetovoimatekijä, joten jo pelkästään matkailualan tulevaisuuden vuoksi ympäristöstä ja luonnosta huolehtiminen on tärkeää (Silvennoinen ym., 1997). Matkailun ympäristövaikutukset ovatkin nousseet tärkeäksi keskustelunaiheeksi ja herättäneet osakseen paljonkin kritiikkiä (Saarinen, 2006). Matkailulla on todetusti huomattavia

negatiivisia ympäristövaikutuksia ja se on yksi merkittävä ilmastonmuutosta kiihdyttävä tekijä (Hall ym., 2015). Sosiaalinen kestävyys tarkoittaa ihmisoikeuksien kunnioittamista ja yhtenäisiä mahdollisuuksia yhteiskunnassa, joka vaatii hyötyjen tasaista jakautumista ja eritoten köyhyyden vähentämistä (UNEP & UNWTO, 2005: 9). Sosiaalisessa kestävyudessa, erityisesti matkailukontekstissa, painotetaan myös paikallisen kulttuurin kunnioittamista ja vaalimista sekä pyrkimystä välttämään paikallisen kulttuurin hyväksikäyttöä missään muodossa (UNEP & UNWTO, 2005: 9-11). Sosiaaliseen kestävyteen liitetään usein myös kulttuurinen kestävyys ja toisinaan käytetäänkin termiä sosiokulttuurinen kestävyys. Matkailukontekstissa taloudellinen kestävyys pitää sisällään elinvoimaisten taloudellisen toiminnan varmistamisen pitkällä aikavälillä, sosioekonomisten hyötyjen tasaisen jakautumisen kaikille sidosryhmille, vakaat työllistymis- ja ansaitsemismahdollisuudet sekä sosiaalipalvelut paikallisille ja köyhyyden vähentämisen (UNEP & UNWTO, 2005: 9).

Kestävä matkailu on terminä ja konseptina saanut myös laajasti kritiikkiä osakseen (esim. Weaver, 2011; Hall ym. 2013; Saarinen, 2014; Hall ym. 2015). Matkailun kestävyuden osalta on esimerkiksi kyseenalaistettu pyrkimys jatkuvaan taloudelliseen kasvuun ja sen vaikutukset ympäristölle (esim. Saarinen, 2014; Hall ym. 2015: 28). On myös kyseenalaistettu voiko matkailu ylipäänsä olla kestävä, sillä siitä aiheutuu väistämättä ympäristövaikutuksia. Kriittisimmissä näkemyksissä on myös esitetty luopumista kestävä matkailun käsitteestä kokonaan (esim. Weaver, 2011) Termin problemaattisuudesta ja kyseenalaistamisesta huolimatta, on se ollut monin tavoin hyödyllinen esimerkiksi matkailualan eri toimijoille (Saarinen, 2006: 1124)

Toisinaan kestävä matkailu -termin synonyyminä käytetään termiä kestävä matkailun kehitys (*sustainable tourism development*), minkä lisäksi kestävä matkailu -termin sijasta tai ohella saatetaan käyttää myös useita muita jokseenkin samankaltaisia termejä, kuten ekomatkailu, vaihtoehtoinen matkailu tai vastuullinen matkailu (Tervo-Kankare, 2017: 235). Näitä termejä saatetaan käyttää samankaltaisissa yhteyksissä ja niissä on paljon yhteneväisyyksiä, mutta toisaalta jokaisella termillä on myös omat erityispiirteensä. Tässä tutkielmassa käytetään pääasiassa termejä *kestävä matkailu*, *kestävä matkailun kehitys* ja *vastuullinen matkailu*.

2.2. Matkailu ja kestävyys pohjoisilla alueilla

Pohjoisuus ja arktisuus ovat moniulotteisia ja vaikeasti määriteltäviä käsitteitä. Pohjoisuudella ja arktisuudella viitataan usein maantieteellisesti pohjoisnavan tai napapiirin läheisyydessä sijaitseviin alueisiin, mutta näiden alueiden rajojen määrittäminen on haastavaa (Maher, 2007). Käsitteille onkin siis olemassa lukuisia eri määritelmiä ja rajauksia ja niiden osalta yhtä ainoaa oikeaa on käytännössä mahdotonta määrittää (Maher, 2007; Saarinen & Varnajot, 2019)

Maantieteilijöiden näkökulmasta arktisuus määritellään usein maantieteellisen sijainnin perusteella ja määrittelevänä tekijänä on maapallon leveyspiirit. Pohjoinen napapiiri on eräs määritellyistä arktisuuden rajoista, ja sitä pidetäänkin selkeästi määriteltävänä ja helposti kartoissa esitettävänä rajana. Leveyspiirit eivät kuitenkaan ole maanpinnalla havaittavia merkkejä eivätkä ne erota arktisia ja ei-arktisia ilmastoja tai ympäristöjä toisistaan. Klimatologien näkökulmasta arktisuus määrittyy lämpötilojen perusteella. Arktisen alueen erääksi rajaukseksi on määritelty se, että siihen luokiteltavilla alueilla vuoden lämpimimmän kuukauden keskilämpötila on alle 10 celsius-astetta. Ekologien näkökulmasta arktisuus määrittyy kasvillisuuden perusteella ja rajan määrittävänä tekijänä pidetään puurajaa. (Stonehouse & Snyder, 2010: 4)

Arktisen neuvoston raportissa (Arctic Human Development Report, 2004) esitetyn määritelmän mukaan arktiseen alueeseen lukeutuu Yhdysvaltain Alaskan osavaltio, Grönlanti, Färsaaret, Islanti sekä pohjoisosat Kanadasta, Suomesta, Ruotsista, Norjasta ja Venäjältä. Arktisen neuvoston määritelmässä yhdistyy geodeettiset, poliittiset ja luonnon parametrit, ja määritelmä on laajalti omaksuttu käyttöön tieteellisessä yhteisössä (Saarinen & Varnajot, 2019).

Pohjoisuuden ja pohjoisen määrittely on vähintään yhtä haastavaa kuin arktisuuden määrittely. Pohjoisuus on monin osin subjektiivinen käsite eikä sille ole olemassa yhtä selkeästi määriteltyä rajaa. Pohjoisuuden määrittelemiseksi on olemassa esimerkiksi Hamelinin (1979) kehittänyt *valeurs poleires* (VAPO) -indeksi, jossa pohjoisuutta määritellään kymmenen elementin perusteella (Hall & Saarinen, 2010a). VAPO-indeksiä on kuitenkin kritisoitu ja pohjoisuuden sanotaankin usein perustuvan enemmän mielikuviin ja kokemukseen (Hall & Saarinen, 2010a). Käsitteet pohjoisuudesta voivat vaihdella paljon yksilöiden välillä. Paikallisen asukkaan näkemykset voivat poiketa hyvinkin paljon median kautta luodusta käsityksestä (Hall & Saarinen, 2010a). Median

luomaan kuvaan saattaa usein liittyä esimerkiksi mielikuvat tykkylumipuisista talvimaisemista, erämaasta, revontulista, jääkarhuista, poroista, huskyista, alkuperäiskansoista ja monesta muusta eksoottiseksi mielletystä asiasta.

Tämän tutkimuksen kannalta sekä arktisuus että pohjoisuus ovat oleellisia termejä, sillä tutkimusalue sijaitsee pohjoisen napapiirin läheisyydessä ja osa siitä ulottuu napapiirin pohjoispuolelle. Alueen matkailun kannalta pohjoisuus ja arktisuus ovat tärkeä osa alueen imagoa ja vetovoimaa. Tarkastelun helpottamiseksi tässä tutkimuksessa käytetään pääasiassa termejä *pohjoisuus*, *pohjoinen* ja *pohjoinen matkailu* kuvailemaan tutkimusaluetta ja siellä tapahtuvaa matkailua.

Kiinnostus pohjoisia alueita kohtaan on noussut viime aikoina huomattavasti sekä matkailun näkökulmasta että ympäristöllisistä ja poliittisista syistä (Hall & Saarinen, 2010b; Saarinen & Varnajot, 2019). Pohjoisilla alueilla matkailusta on tullut monin paikoin tärkeä elinkeino, ja vierailijamäärät ovat olleet selkeässä kasvussa viime vuosikymmenien aikana (Hall & Saarinen, 2010a). Nämä alueet olivat suhteellisen pitkään suurelle yleisölle hankalasti saavutettavissa ja melko tuntemattomiakin (Stonehouse & Snyder, 2010). Kulkuyhteyksien parannuttua ja tietoisuuden lisääntymisen myötä ovat pohjoiset alueet alkaneet houkutella matkailijoita yhä enenevässä määrin (Stonehouse & Snyder, 2010).

Pohjoisilla alueilla sijainti ja sen luoma eksotiikka ovat tärkeitä vetovoimatekijöitä matkailijoille (Vuoristo & Vesterinen, 2001). Pohjoisuuteen liittyy usein mielikuvia kylmistä, tuulisista ja karuista olosuhteista, mikä ei välttämättä tuo ensimmäisenä mieleen nautinnollista lomakohdetta (Stonehouse & Snyder, 2010). Karut olosuhteet ja ilmasto ovat kuitenkin tärkeä osa pohjoisuuden eksotiikkaa, joka kiinnostaa matkailijoita. Tärkeä osa maantieteellisen sijainnin luomaa eksotiikkaa ovat myös esimerkiksi revontulet, yötön yö, kaamos sekä vuodenajan vaihtelut, jotka ovat tärkeitä vetovoimatekijäitä matkailijoille (Vuoristo & Vesterinen, 2001). Suomeen usein liitetään vahvasti pohjoisuus ja nämä edellä mainitut vetovoimatekijät ovat myös tärkeä osa Suomen matkailullista vetovoimaa.

Pohjoisten alueiden ympäristö ja ilmasto ovat kuitenkin saaneet huomiota myös muista kuin matkailun näkökulmasta. Ilmastonmuutos ja sen vaikutukset pohjoisilla alueilla ovat saaneet yhä kasvavaa huomiota julkisessa keskustelussa ja mediassa (Hall, 2010). Monille on varmasti tullut tutuksi kuvat nälkiintyneitä jääkarhuista pienen pienillä jääautoilla seilaamassa avomerellä. Ilmastonmuutoksen vaikutukset ulottuvat kuitenkin huomattavasti laajemmalle ja ne uhkaavat muutakin kuin pelkästään jääkarhuja. Ilmaston lämpeneminen

ja muutokset pohjoisten alueiden ympäristössä uhkaavat muun muassa alueen biodiversiteettiä, paikallisten yhteisöjen elinolosuhteita ja elinkeinoja sekä jäätiköiden sulamisen myötä myös laajasti muita alueita (Stonehouse & Snyder, 2010). Ilmastonmuutoksen on todettu vaikuttavan merkittävästi arktisten ja pohjoisten alueiden ympäristöön, ja muutoksen ennustetaan kiihtyvän tulevaisuudessa entisestään, joka on uhka myös alueen matkailulle (Kaján & Saarinen 2013). Jo pelkästään matkailuelinkeinon tulevaisuuden puolesta olisi siis tärkeää pyrkiä ilmastonmuutoksen hidastamiseen ja erityisesti matkailusta aiheutuvien negatiivisten vaikutusten minimointiin.

Matkailun ja pohjoisten alueiden suhde on kuitenkin monella tapaa kompleksinen. Matkailu pohjoisille alueille on usein päästöintensiiivistä (Hall, 2010). Pohjoisten alueiden eksotiikka vetää puoleensa paljon matkailijoita, joilla on alueelle usein pitkä välimatka ja siten lento- tai laivamatkustaminen on lähes välttämätöntä. Lisäksi pohjoisilla alueilla on monin paikoin vähäiset julkiset kulkuyhteydet, joten usein myös matkakohteessa täytyy matkustaa omalla tai vuokra-autolla. Matkailu pohjoisilla alueilla, kuten matkailu muutenkin, on siis omalta osaltaan kiihdyttävä tekijä ilmastonmuutoksessa (Hall, 2010). Ilmastonmuutos taas aiheuttaa muutoksia pohjoisten alueiden ympäristössä ja olosuhteissa, joka vaikuttaa alueen matkailulliseen vetovoimaan. Talvi ja luontomatkailu, jotka ovat suosittuja matkailun muotoja pohjoisilla alueilla, ovat herkkiä ympäristössä ja olosuhteissa tapahtuville muutoksille (Saarinen & Tervo, 2010). Ilmastonmuutoksen myötä on myös muodostunut 'last chance' -matkailun konsepti, jossa haavoittuville alueille matkustetaan näkemään ja kokemaan asioita vielä kun voidaan (Kaján & Saarinen, 2013).

Matkailun ja pohjoisten alueiden suhteen kompleksisuutta lisää osaltaan myös matkailun tuomat taloudelliset hyödyt. Matkailusta on tullut hyvin tärkeä elinkeino pohjoisilla ja erityisesti pohjoisen syrjäisillä seuduilla (Hall ym., 2009). Muutokset taloussektorilla ovat aiheuttaneet muutoksia myös pohjoisten alueiden talouteen ja työllistymiseen (Hall ym., 2009). Pohjoisten alueiden asukkaat yhä enenevässä määrin saavat elantonsa matkailusta joko suoraan tai välillisesti. Matkailu tuo siis merkittäviä tuloja ja taloudellista elinvoimaa pohjoisille alueille. Matkailuelinkeinon tärkeys pohjoisilla alueilla on korostunut erityisesti koronaviruksen myötä, etenkin kansainvälisten matkailijoiden puuttuminen on ajanut monia yrityksiä taloudelliseen ahdinkoon. Pohjoisten alueiden riippuvuus matkailuelinkeinosta voi myös tulevaisuudessa tuoda ongelmia. Kuten edellisessä kappaleessa mainittiin, ilmastonmuutos vaikuttaa pohjoisten alueiden ympäristöön ja sitä kautta vetovoimaan. Muutokset ympäristössä voi vaikuttaa matkailuyritysten toimintaan ja

osa yrityksistä onkin ja joutunut tekemään sopeutumistoimenpiteitä yritystoiminnan jatkamiseksi (Kaján & Saarinen, 2013).

Matkailulla on myös merkittäviä sosiaalisia ja kulttuurisia vaikutuksia pohjoisilla alueilla. Matkailun tuomat taloudelliset hyödyt tuovat sosiaalisia hyötyjä pohjoisille ja erityisesti syrjäisille seuduille. Matkailun tuoma taloudellinen elinvoima on osaltaan edesauttamassa sitä, että paikallisille asukkaille on erilaisia palveluita (Hall ym., 2009). Toisaalta, vaikka matkailu tuokin monia hyötyjä paikallisille asukkaille, on sillä myös kielteisiä sosiaalisia vaikutuksia. Matkailusta aiheutuvat ympäristövaikutukset vaikuttavat paikallisten yhteisöjen elämään ja elinolosuhteisiin monin tavoin (Kaján & Saarinen, 2013). Myös liian suuret matkailijamäärät ja matkailijoiden käyttäytyminen saattavat aiheuttaa paikallisissa yhteisöissä ärtymystä (Mason, 2008). Sosiaalisen kestävyuden edistämiseksi olisikin siis tärkeää pyrkiä matkailijoiden ja paikallisen väestön väliseen kunnioitukseen ja yhteisymmärrykseen.

2.3. Matkailijoiden käyttäytyminen ja sen vaikutukset

Matkailijoiden käyttäytyminen on hyvin monimutkainen, mutta erittäin tärkeä aihe monella tapaa. Matkailijoiden käyttäytymistä, sen vaikutuksia ja siihen vaikuttavia tekijöitä olisi tärkeää ymmärtää ja tunnistaa esimerkiksi matkailumarkkinoinnin, matkailupalveluiden myynnin sekä kestävä matkailun näkökulmasta (Swarbrooke & Horner, 2007). Matkailijat ovat kuluttajina tärkeässä roolissa ja heidän tekemät päätökset ja käyttäytymismallit vaikuttavat muun muassa matkailualan yrityksiin, kohdemaan yhteisöihin ja luontoon sekä ympäristöön globaalilla tasolla. Näihin vaikuttavat esimerkiksi matkailijan valitsema matkustustapa, majoitus ja aktiviteetit kohdemaassa sekä käyttäytyminen paikallisia asukkaita kohtaan.

Matkailijoiden toiminnan vaikuttavuus on vahvasti kytköksissä myös matkailijoiden valtavaan määrään. Viime vuosina vuosittaisten kansainvälisten saapumisten määrä on noussut hyvin voimakkaasti ja vuonna 2019 määrä on ollut huipussaan, jolloin rekisteröityjä saapumisia oli yli 1,4 miljardia (UNWTO, 2021). Jo silkan määrän perusteella on selvää, että matkailijoiden toiminnalla on huomattavan suuret vaikutukset, ja jo pienillä muutoksilla matkailijoiden toiminnassa voi olla valtavan suuret kokonaisvaikutukset.

Matkailijat ovat siis avainasemassa matkailun hallinnan kannalta, mutta matkailijat eivät kuitenkaan ole yksin vastuussa matkailusta aiheutuvista vaikutuksista (Mason, 2008: 114). Myös muut matkailun sidosryhmät ovat olennainen osa matkailualaa ja niiden toiminnalla on omat seurauksensa (Swarbrooke, 1999). Esimerkiksi matkakohteessa toimivalla yrityksellä on oma vastuunsa siitä, minkälaisia tuotteita tai palveluita yritys asiakkailleen tarjoaa. Toki huomioitava on myös se, että kysyntä ohjaa tarjontaa hyvin vahvasti.

Matkailijoiden saatetaan kokea olevan suuri homogeeninen ryhmä, jota on helppo niin sanotusti osoittaa sormella ja syyttää matkailun kielteisistä vaikutuksista (Mason, 2008). Usein myös kestävästä matkailusta koskevassa kirjallisuudessa matkailijat mainitaan lähinnä ongelmien syyinä (Swarbrooke, 1999). Matkailijoita ja eri matkustusmuotoja on kuitenkin olemassa hyvin laaja kirjo ja erot näiden välillä voivat olla hyvinkin suuria. Esimerkiksi luontomatkailun ja viiden tähden valmismatkakohteessa lomailevan kulutus- ja toimintatavat matkakohteessa voivat poiketa toisistaan hyvinkin suuresti.

Yleisen ympäristötietoisuuden sekä vastuullisuuteen ja kestävyysliikkeen liittyvän julkisen keskustelun kasvun myötä yhä suurempi osa matkailijoista on alkanut kiinnittää huomiota matkailun vaikutuksiin (Lovelock & Lovelock, 2013). Nykyisin on olemassa lukuisia eri matkailusuuntauksia, joissa matkailijat tiedostavat ja pyrkivät minimoimaan joitakin matkailuun liittyviä ongelmia. Näistä esimerkkejä ovat muun muassa ekomatkailu (*ecotourism*), vaihtoehtoinen matkailu (*alternative tourism*), älykäs matkailu (*intelligent tourism*) ja eettinen matkailu (*ethical tourism*) (Swarbrooke & Horner, 2007: 179). Toisaalta on myös olemassa matkailijoita, joilla matkan eräänä päämääränä on harjoittaa hyvin kyseenalaista tai jopa laitonta toimintaa. Näistä esimerkkejä ovat muun muassa seksiturismi, metsästysturismi, jossa metsästetään uhanalaisia lajeja (*trophy hunting*) sekä elinsiirtoturismi (*transplant tourism*), jossa tarkoituksena on hankkia elinsiirto kohdemaan laittomilta markkinoilta (kts. esim. Buckley & Mossaz, 2015; Kosuri & Jeglic, 2017; Adido, 2018).

Matkailijat ovat siis hyvin moninainen ja lukumäärältään valtava joukko ihmisiä, joilla on omat intressinsä, toimintatapansa ja arvonsa. Matkakohteen matkailua koskevassa suunnittelussa, päätöksenteossa ja hallinnassa olisi hyvä tunnistaa minkä tyyppisiä matkailijoita alueella vierailee ja minkälaisia ovat heidän käyttäytymismallinsa ja toimintatapansa (Swarbrooke, 1999). Toki yhdessä matkakohteessa voi vierailla hyvinkin erityyppisiä matkailijoita, mutta esimerkiksi mahdollisten haitallisten toimintatapojen ja

käyttäytymismallien tunnistaminen on tärkeää, jotta niihin voidaan vaikuttaa oikeanlaisella suunnittelulla.

Matkailijoiden toimintaa, valintoja ja päätöksentekoa ohjaavat monet sisäiset ja ulkoiset tekijät (Swarbrooke & Horner, 2007: 226). Sisäisiin tekijöihin lukeutuvat muun muassa matkailijan omat asenteet, ennakkokäsitykset, tietoisuus ja kokemukset (Swarbrooke & Horner, 2007: 226). Erilaisten psykologisten tekijöiden vaikutusta matkailijoiden toimintaan on tutkittu matkailun saralla vielä suhteellisen vähän, mutta niillä on todettu olevan vaikutuksia valintoihin ja toimintaan (Doran ym. 2017). Doranin ja muiden (2017) mukaan yksilön arvosuuntauksella (*value orientation*), aikaperspektiivillä (*time perspective*) ja tehokkuuskäsityksillä (*efficacy beliefs*) on vaikutusta siihen, kuinka kestäviä valintoja ja toimia matkailijat tekevät. Arvosuuntausten osalta yksilö, jonka arvopohja on biosfäärinen (koko ympäröivää ekosysteemiä koskeva) vaikuttaisi tekevän enemmän kestäviä valintoja kuin yksilö, jonka arvopohja on joko altruistinen (muita ihmisiä koskeva) tai egoistinen (itseä koskeva) (Doran ym., 2017). Doranin ym. (2017) mukaan arvosuuntausta enemmän vaikutusta valintojen kestävyYTEEN vaikuttaisi olevan yksilön aikaperspektiivillä ja tehokkuuskäsityksillä. Aikaperspektiivin osalta yksilö, joka on tulevaisuusorientoitunut vaikuttaisi tekevän todennäköisemmin kestäviä valintoja kuin yksilö, joka on nykyhetkeen orientoitunut. Kollektiiviseen tehokkuuteen (*collective efficacy*) uskovat yksilöt taas vaikuttaisivat pyrkivän enemmän kestävämpiin valintoihin kuin itsetehokkuuteen (*self-efficacy*) uskovat yksilöt (Doran ym., 2017).

Ulkoisiin matkailijoiden valintoihin ja toimintaan vaikuttaviin tekijöihin lukeutuu muun muassa perheen ja ystävien näkemykset, markkinointi, media sekä erilaiset poliittiset, sosiaaliset ja taloudelliset tekijät (Swarbrooke & Horner, 2007: 226). Yksilö saattaa kokea sosiaalista painetta toimia niin sanotusti oikein ja sosiaalisten normien mukaan (Barr ym., 2010). Toisaalta on myös todettu, että matkaa koskevat päätökset tehdään usein hyvin yksityisesti, jolloin ne ovat sosiaalisesti vähemmän näkyvillä kuin jokapäiväiset kulutusvalinnat (Doran ym., 2017 :234).

Yksilön käyttäytymiseen vaikuttaa siis lukuisat henkilökohtaiset ja tilannekohtaiset ulkoiset tekijät, kuten esimerkiksi omat arvot, sosiaaliset normit ja asenteet (Dolnicar & Grün, 2009). On kuitenkin todettu, että yksilön lomakäyttäytyminen eroaa usein arkielämän käyttäytymisestä (Barr ym., 2010; Juvan & Dolnicar, 2021). Loman osalta usein ajatellaan, että se eroaa jokapäiväisestä elämästä ja silloin saattaa herätä 'loma on loma' -tyyppinen

mentaliteetti (Barr ym., 2010). On myös todettu, että arkielämässä hyvinkin ympäristötietoiset ja vahvasti kestäväseen käyttäytymiseen pyrkivät yksilöt voivat loman suhteen olla valmiita tekemään ympäristöä kuormittavia valintoja ja keksiä jopa selityksiä ikään kuin oikeuttaakseen lomakäytöstään (Juvan & Dolnicar, 2021).

Matkailijoiden käyttäytymisellä ja valinnoilla on siis merkittävä rooli matkailun kokonaisvaikutuksissa, ja niiden taustalla on hyvin moninainen joukko erilaisia tekijöitä. Matkailijoiden käyttäytyminen ja valinnat sekä niiden vaikutukset ja taustalla olevat tekijät ovatkin saaneet yhä kasvavaa huomiota tieteellisessä keskustelussa ja tutkimuksessa (kts. esim. Barr ym., 2010; Gössling ym., 2012; Juvan & Dolnicar, 2014; Juvan & Dolnicar, 2021). Näiden seikkojen tunnistaminen ja ymmärtäminen on hyvin oleellista matkailua koskevan suunnittelun ja matkailun vaikutusten hallitsemisen kannalta.

2.4. Vierailijoiden hallinta

Vierailijoiden hallinnan (*visitor management*) on todettu olevan yksi tärkeä keino matkailun vaikutusten hallinnassa (Mason, 2008: 136). Vierailijoiden hallinnalla on erityisesti pyritty hallitsemaan matkailijoiden vaikutuksia ympäristöön, etenkin suojelluilla alueilla, mutta sillä pyritään myös hallitsemaan sosiaalisia ja taloudellisia vaikutuksia (Mason, 2005: 1). Yleisiä lähestymistapoja hallintaan ovat muun muassa vierailijoiden ohjaaminen suosituimmilta alueilta muille alueille tai vierailijoista aiheutuvat vaikutukset minimointiin pyrkiminen päälylystämällä kulkureittejä (Swarbrooke, 1999: 32; Mason, 2005: 1). Toisaalta, vaikka vierailijoiden hallinta voi olla tehokas keino matkailusta aiheutuvien vaikutusten hallinnassa, voi sen kustannukset olla suuria ja sillä voi olla myös negatiivisia vaikutuksia (Swarbrooke, 1999: 32). Vierailijoiden ohjaaminen suosituimmilta alueilta vähemmän suosituille alueille voi mahdollisesti nostaa kokonaiskysyntää kohteessa, jolloin paine suosituimmilla alueilla voi pysyä ennallaan ja uusilla alueilla syntyy uudenlainen paine (Swarbrooke, 1999: 32).

Vierailijoiden hallintaan on olemassa lukuisia eri lähestymistapoja. Sekä Mason (2005) että Glasson ja muut (1995) jaottelevat vierailijoiden hallintakeinot niin kutsuttuihin 'koviin' ja 'pehmeisiin' kategorioihin. 'Kovat' vierailijoiden hallintaan pyrkivät lähestymistavat sisältävät usein fyysisiä, sääntelyllisiä ja taloudellisia hallintakeinoja tai rajoitteita (Glasson ym., 1995; Mason, 2005). 'Pehmeisiin' hallintakeinoihin voi lukeutua opetuksellisia ja tulkinnallisia elementtejä (Mason, 2005: 1) ja ne voivat sisältää markkinointia, suunnittelua

ja koordinointia (Glasson ym., 1995). Eräs suhteellisen yleinen pehmeä lähestymistapa vierailijoiden hallintaan on Code of Conduct -ohjeistukset, joilla pyritään opettamaan vierailijoita ja vaikuttamaan heidän käyttäytymiseensä (Mason, 2005; Cole, 2007). Code of Conduct- ohjeistuksia ja muita vastaavanlaisia 'pehmeän' lähestymistavan ohjeistuksia käsitellään lisää seuraavissa luvuissa.

Yhteistä näille eri lähestymistavoille on, että niiden avulla pyritään minimoimaan matkailijoiden käyttäytymisestä aiheutuvia negatiivisia vaikutuksia ja ohjaamaan käyttäytymistä toivottuun suuntaan. Eri lähestymistavoilla on omat etunsa ja ei ole olemassa yhtä vakiintunutta keinoa, joka olisi todettu tehokkaammaksi kuin muut. 'Kovilla' lähestymistavoilla etuna on, että niillä on usein jonkinasteinen laillinen status ja ne voivat siten olla uskottavampia (Mason, 2008), mutta sääntelyssä on usein myös ongelmana säännösten valvonta ja täytäntöönpano (Shackley, 1998 Mason, 2005: 192 mukaan). 'Kovat' lähestymistavat voivat vaikuttaa välittömästi tehokkailta, mutta riskinä niissä on, että ongelmat vain siirtyvät paikasta toiseen (Glasson ym., 1995). 'Pehmeät' lähestymistavat voivat olla vierailijan kokemuksen kannalta edukkaampia, sillä ne perustuvat pitkälti vapaaehtoisuuteen, mutta siten ne ovat toisaalta lähinnä kehotuksia toimia tietyllä tavalla (Mason, 2008). Toisaalta 'pehmeiden ja kovien' lähestymistapojen ei tarvitse olla toisistaan täysin erillisiä, vaan niiden yhdisteleminen on myös mahdollista (Glasson ym., 1995). Kuitenkin, kuten Mason (2005: 192) huomauttaa, eri lähestymistapojen tehokkuutta on vielä tutkittu suhteellisen vähän ja sen osalta tarvitaan lisää tutkimusta. Lähestymistavasta riippumatta Glasson ym. (1995) peräänkuuluttavat koordinoinnin ja integroinnin tärkeyttä vierailijoiden hallinnassa.

3. Eettiset ohjeistukset

3.1. Eettisten ohjeistusten määritelmä ja historia

Kuten edellisessä luvussa vierailijoiden hallinnan osalta todettiin, on olemassa lukuisia eri tapoja, joilla pyritään saavuttamaan toivottua käytöstä ja välttämään epätoivottua käytöstä. Näihin lukeutuu esimerkiksi erilaiset lait, säännöt, ohjeet, toimintaperiaatteet ja ohjeistukset (Fennell, 2006). Jokaisella näistä on omat erityispiirteensä ja tarkoituksensa, mutta yhteistä niille on, että ne usein pohjautuvat etiikkaan. Etiikka on hyvin laaja ja monimutkainen käsite ja sille on olemassa lukemattomia eri määritelmiä. Fennell ja Malloy määrittelevät (2007: 99) etiikan olevan sääntöjä, normeja ja periaatteita, jotka sanelevat oikeaa, hyvää ja aitoa

käyttäytymistä yhteiskunnan jäsenten tai ammatinharjoittajien keskuudessa. Vaughnin määritelmän (2015: 3) mukaan etiikka on moraalin filosofinen tutkimus, ja moraaliksi koostuu uskomuksista, jotka koskevat oikeaa ja väärää, hyvää ja pahaa. Etiikka on perustavanlaatuinen osa sosiaalisena olentona elämistä (Lovelock & Lovelock, 2013), eikä siltä voi välttyä (Vaughn, 2015).

Ohjeistuksia, joilla pyritään toivottavan käytöksen saavuttamiseen ja epätoivotun käytöksen välttämiseen on olemassa hyvin laaja kirjo, eikä niille ei ole olemassa yhtä vakiintunutta termiä (Lovelock & Lovelock, 2013). Englanniksi ohjeistuksista käytetään muun muassa termejä 'guidelines' 'Code of ethics', 'Code of conduct' ja 'Code of practice'. Termien määritelmissä on hyvin paljon samankaltaisuutta ja päällekkäisyyksiä, mutta niillä on omat sävyeronsa (Fennell & Malloy, 2007: 21, 153-154). Suomessa ei myöskään ole yhtä vakiintunutta termiä ohjeistuksille ja usein käytetäänkin edellä mainittuja englanninkielisiä termejä tai niiden käännöksiä. Tässä tutkielmassa ohjeistuksista käytetään yleisesti termiä *eettinen ohjeistus*, jonka lähin englanninkielinen käännös on *Code of Ethics*. Tässä tutkielmassa termien samankaltaisuuden ja vakiintumattoman aseman vuoksi sekä tarkastelun helpottamiseksi termin *eettinen ohjeistus* alle kuitenkin sisällytetään kaikki edellä mainitut englanninkieliset termit.

Eettisillä ohjeistuksilla pyritään informoimaan yksilöä hyväksyttävästä ja/tai ei-hyväksyttävästä käytöksestä tietyssä kontekstissa (Malloy & Fennell, 1998: 454). Eettisiä ohjeita on ollut olemassa jo vuosikymmenten ajan, ja eräs laajasti tunnettu esimerkki on 1790-luvulla kehitetty *lääketieteen etiikka (medical ethics)* (Fennell & Malloy, 2007: 18-19). Kiinnostus eettisten ohjeiden luomiseen nousi erityisesti 1970-luvulla, jolloin suurten kansainvälisten yhtiöiden toiminta alkoi aiheuttaa enemmän ja enemmän kiistanalaisuutta, johon osa yhtiöistä pyrki vastaamaan luomalla omat eettiset ohjeistuksensa (Kolk & Tulder, 2002: 1-2). Eettisten ohjeistusten suosio lähti 1990-luvulla valtavaan kasvuun yhtiöiden, kansalaisjärjestöjen (*non-governmental organizations*) ja yritysten keskuudessa (Kolk & Tulder, 2002: 2).

Eettiset ohjeistukset ovat edelleen nykypäivänä laajasti käytössä ja etenkin suurilla yrityksillä ja yhtiöillä on tyypillisesti omat eettiset ohjeistuksensa (Lovelock & Lovelock, 2013). Yritysten tai yhtiöiden eettiset ohjeistukset ovat usein virallisia ja kirjallisia lausuntoja, jotka toimivat viestinä sisäisille ja ulkoisille sidosryhmille (*stakeholders*) koskien sitä, miten yritys toivotaan koettavan ja lisäksi se on opas työntekijöille, jossa

kuvataan toivottua käyttäytymistä (Fennell & Malloy, 2007: 21). Yritysmailmassa eettisillä ohjeistuksilla pyritään viestimään yrityksessä vallitsevasta kulttuurista ja sen eettisestä luonteesta sekä sisäisesti yrityksen työntekijöille että ulkoisesti yrityksen asiakkaille ja yleisesti suurelle yleisölle (Malloy & Fennell, 1998: 453). Eettisiä ohjeistuksia on myös luotu toimimaan reaktiivisina työkaluina eettisiä rikkomuksia, kuten vallon väärinkäyttöä, liiketoimintaskandaaleja ja ympäristön hyväksikäyttöä vastaan (Malloy & Fennell, 1998: 454).

Hyvistä tarkoituksista huolimatta, eettiset ohjeistukset ovat saaneet kritiikkiä osakseen (Lovelock & Lovelock, 2013). Ohjeistusten on kritisoitu olevan muun muassa liian latteita ja että organisaatioissa julkisuuskuva menee varsinaisen käyttäytymismuutoksen edelle (Malloy & Fennell, 1998: 454). Ohjeistusten on kritisoitu myös olevan liian geneerisiä ja etteivät ne tarjoa tarpeeksi informaatiota alakohtaisista ongelmista, joita yksilö saattaa kohdata päivittäin (Malloy & Fennell, 1998: 454). Lisäksi ohjeistukset eivät voi kattaa kaikkia seikkoja ja ohjeistusten täytäntöönpano voi olla haastavaa (Malloy & Fennell, 1998: 454).

Eettisten ohjeistusten saamasta kritiikistä huolimatta on niistä tullut monella alalla suosittu tapa viestiä esimerkiksi yrityksen tai organisaation arvoista ja toimintatavoista sekä toivottavasta käyttäytymisestä. Vaikka ohjeistuksista on tullut suosittu työväline, ovat useat tutkijat huomauttaneet, että niiden tehokkuudesta on olemassa hyvin vähän tutkimustietoa (esim. Malloy & Fennell, 1998; Mason, 2005; Cole, 2007; Lovelock & Lovelock, 2013; Burns ym., 2014). Lisäksi Schwarz huomauttaa (2001), että olemassa olevassa vähäisessä tutkimustiedossa on havaittavissa keskinäisiä ristiriitoja.

3.2. Eettiset ohjeistukset matkailussa

Matkailualalla on kestävä matkailun suosion noustessa, alettu luomaan matkailualaa koskevia eettisiä ohjeistuksia, joiden avulla pyritään lisäämään matkailusta aiheutuvia positiivisia vaikutuksia ja minimoimaan negatiivisia. Tietävästi ensimmäinen eettinen ohjeistus matkailualalla on peräisin Isosta-Britanniasta vuodelta 1951 (Fennell & Malloy, 2007: 28). Ohjeistuksen avulla pyrittiin rajoittamaan matkailusta Ison-Britannian maaseudulle aiheutuvia haittoja ja lisäämään kaupunkilaisten ja maaseudun asukkaiden välistä kunnioitusta (Fennell & Malloy, 2007: 29).

Nykyisin on olemassa hyvin laaja kirjo ja valtava määrä erilaisia matkailualaa koskevia eettisiä ohjeistuksia (Lovelock & Lovelock, 2013). Niitä on luotu koskettamaan esimerkiksi matkailun eri sidosryhmiä, kuten matkanjärjestäjiä, matkailijoita ja paikallisia yhteisöjä (Dubois, 2000; Mason, 2008). Ohjeistuksista enemmistö on suunnattu matkailijoille ja niillä pyritään valistamaan matkailijoita toivotusta käyttäytymisestä, ja siten minimoimaan matkailusta aiheutuvia negatiivisia vaikutuksia (Cole, 2007: 1-2; Mason, 2008). Sen lisäksi, että on olemassa kohderyhmittäin laadittuja ohjeistuksia, voidaan ohjeistuksia kohdentaa myös maantieteellisesti tai teeman mukaan (UNEP, 1995). Maantieteellisesti kohdennettuja ohjeistuksia on olemassa esimerkiksi matkakohteilla tai tietyillä maantieteellisesti rajatuilla alueilla (esim. Lapin vastuullisen matkailun opas; Lofoten Code of Conduct). Teeman mukaan kohdennetut ohjeistukset voivat koskea esimerkiksi tiettyä kulttuuria (esim. Saamelaismatkailun eettiset ohjeet, 2018) tai aktiviteettia (esim. Whale Watching Code of Ethics, 1997). Lisäksi on olemassa maailman matkailujärjestön eli World Tourism Organizationin (UNWTO, 1999) kehittämä koko matkailualaa koskeva *Global Code of Ethics for Tourism* -ohjeistus.

Matkailualalla eettisiä ohjeistuksia käytetään 'pehmeinä' keinoina hallita matkailijoita ja siten matkailusta aiheutuvia vaikutuksia (Mason, 2005). Ohjeistuksilla pyritään hyvin usein minimoimaan ympäristölle matkailusta aiheutuvia negatiivisia vaikutuksia, mutta niissä on usein myös sosiaalisia ja taloudellisia aspekteja (Mason, 2005). Eettisissä ohjeistuksissa voidaan siis huomioda kaikki kolme kestävyyspilareja eli ne voivat toimia yhtenä työkaluna pyrittäessä kohti kestävämpää matkailua.

Matkailualan eettiset ohjeistukset, kuten eettiset ohjeistukset yleisestikin, ovat kuitenkin saaneet monin osin kritiikkiä osakseen. Eettisten ohjeistusten tehokkuutta matkailualalla on kyseenalaistettu laajasti (esim. Fennell & Malloy, 2007; Mason 2008). Mason ja Mowforth määrittelevät (1996) eettisiin ohjeistuksiin liittyvien suurimpien huolenaiheiden olevan; käyttöönoton ja tehokkuuden seuranta, ohjeistusten käyttäminen markkinoinnin välineinä, koordinoinnin tarve sekä se, tulisiko olla itsesääntelyä vai ulkopuolelta tulevaa sääntelyä. Myös Fennell ja Malloy (2007) ovat esittäneet kyseenalaistuksia siitä toimivatko ohjeistukset lähinnä markkinointityökaluina ja joissain tapauksissa viherpesuna (*greenwashing*). Butcherin (2005) esittämän kriittisen näkemyksen mukaan eettiset ohjeistukset lisäävät matkailijoiden moraalista kuormaa ja virallistavat tervettä järkeä (*common sense*). Myös sen suhteen on esitetty kritiikkiä, että erilaisten ohjeistusten valtava määrä varsinkin saman teeman ympärillä, voi olla haitallista ja aiheuttaa hämmennystä

(UNEP, 1995: 59; Tepelus, 2005) Esimerkiksi merenelävien katseluun kohdistettuja ohjeistuksia on olemassa valtava kirjo (Parsons & Woods-Ballard, 2003; Öqvist ym., 2018). Eettisten ohjeistusten saamasta kritiikistä ja kyseenalaistamisesta huolimatta ne ovat edelleen suosittu työväline matkailualalla ja matkailijoiden hallinnassa. Niiden etuna on, että ne ovat suhteellisen helppoja luoda ja jalkauttaa, etenkin verrattuna virallisiin ja hallinnollisiin sääntöihin tai ohjeistuksiin (Cole, 2007). Niihin voi lisäksi sisällyttää ohjeita tarpeiden mukaan ja huomioida kaikki kestävyysosa-alueet.

3.3. Eettisten ohjeistusten sisältö ja luominen

Perusteluna mille tahansa ohjeistukselle on usein pyrkimys johonkin, kouluttaminen tai sääntely (Fennell & Malloy, 2007: 23). Eettiset ohjeistukset voivat olla hyödyllinen työkalu yksilön kouluttamisessa, mikäli ne tarjoavat lukijalleen jotain uutta ja merkityksellistä sisältöä (Fennell & Malloy, 2007: 23). Jotta eettisten ohjeistusten hyödyistä voitaisiin saada mahdollisimman paljon irti, on niiden sisältöön ja luomisprosessiin kiinnitettävä erityisesti huomiota.

Eettisiä ohjeistuksia on olemassa valtava kirjo, ja vaikka tutkimustietoa niiden tehokkuudesta on vähän, on oletettavaa, että osa ohjeistuksista on tehokkaampia kuin toiset. Fennellin ja Malloyn (1998) kattavan eettisten ohjeistusten sisältöanalyysin perusteella voidaan kartoittaa joitakin sisällöllisiä ja eettiseen lähestymistapaan liittyviä seikkoja, jotka tulisi ottaa huomioon ohjeistuksia laatiessa. Malloyn ja Fennellin mukaan (1998) ohjeistukset perustuvat epäsuorasti tai nimenomaisesti, tarkoituksella tai tarkoituksettomasti johonkin tiettyyn eettiseen suuntaukseen. Eettiset ohjeistukset ovat pääasiassa teoreettiselta lähestymistavaltaan joko deontologisia tai teleologisia (Malloy & Fennell, 1998; Lovelock & Lovelock, 2013). Deontologinen lähestymistapa perustuu oikean erottamiseen väärästä, sääntöjen ja velvollisuuksien perusteella, kun taas teleologinen lähestymistapa perustuu lopputulokseen ja seurauksiin (Cole, 2007: 444). Deontologinen ohjeistus ei tarjoa syytä tai oikeutusta toimintatavalle, vaan nojaa yksilön velvollisuuteen täyttää velvollisuutensa (Malloy & Fennell, 1998: 455). Teleologinen lähestymistapa, jossa toiminnan lopputulos on ensisijainen asia, jakautuu vielä edelleen kahteen pääkoulukuntaan: hedonismiin, jonka ajatuksena on mahdollisimman paljon hyvää mahdollisimman vähällä kärsimyksellä yksilölle ja utilitarismiin, jonka pääajatuksena on mahdollisimman paljon hyvää mahdollisimman vähällä kärsimyksellä mahdollisimman

suurelle joukolle (Malloy & Fennell, 1998: 455). Utilitarismissa on vielä kaksi eroavaa lähestymistapaa: tekoutilitarismi (*act-utilitarianism*) ja sääntöutilitarismi (*rule-utilitarianism*). Tekoutilitarismi keskittyy pääasiassa lopputulokseen ja sen saavuttamiseen, ilman että keinolla on suurta merkitystä, kun taas sääntöutilitarismissa pyrkimyksenä on mahdollisimman hyvään, mahdollisimman suurelle joukolle ja se tulisi saavuttaa sääntöjä noudattaen (Malloy & Fennell, 1998: 455). Sääntöutilitarismissa sääntöjen myös tulisi edistää onnellisuutta (L'Etang, 2018).

Fennel ja Malloy havaitsivat (1998) sisältöanalyysin perusteella suurimman osan eettisistä ohjeistuksista olleen deontologisia eettiseltä lähestymistavaltaan. Deontologiset ohjeistukset eivät tarjoa syytä sääntöjen noudattamiselle ja Malloy ja Fennell (1998) kehottavatkin harkitsemaan sääntöutilitaristista lähestymistapaa ohjeistuksia luotaessa. Sääntöutilitaristiset ohjeistukset tarjoavat syyn kyseessä olevan ohjeistuksen noudattamiselle, ja siten niillä voikin olla enemmän opetuksellista arvoa ja vaikutusta matkailijoiden käyttäytymiseen (Malloy & Fennell, 1998). Kuitenkin Cole (2007) huomauttaa, että tasapainon löytäminen riittävän informaation ja sopivan tekstimäärän välillä voi osoittautua haastavaksi. Toisaalta Getzin (1990) esittämän näkemyksen mukaan eettisen ohjeistuksen tärkeä tehtävä on tarjota deontologiset perusteet. On myös esitetty näkemyksiä vaihtoehtoisista lähestymistavoista, joissa yhdistyy sekä deontologiset että utilitaristiset piirteet (Lovelock & Lovelock, 2013).

Eettisen lähestymistavan lisäksi eettisten ohjeistusten sisältöihin liittyy myös monia muita huomionarvoisia seikkoja. Ohjeistusten sanamuodoilla ja esitystavoilla on merkitystä viestin vastaanottamisen ja ymmärtämisen kannalta (Malloy & Fennell, 1998; Cole, 2007). Positiivisen sävyn ohjeistuksissa on todettu johtavan todennäköisemmin toivottuun käyttäytymiseen (Malloy & Fennell, 1998; Cole, 2007). Ohjeistuksen luettavuus sekä kielellisesti että tekstin pituuden kannalta on myös tärkeää huomioida. Ohjeistusten tulisi olla selkokielisiä ja riittävän lyhyitä, että kohderyhmä ymmärtää ohjeistuksen sanoman ja jaksaisi lukea ohjeistuksen loppuun (Cole, 2007). Myös ohjeistuksen julkaisukieli tai julkaisukielet on oleellinen seikka, sillä useimmiten yksilö ymmärtää parhaimmin omalla äidinkielellään kirjoitetut sisällöt, mutta ohjeistusten kääntäminen usealle kielelle voi resurssien puitteissa olla haastavaa.

Eettisten ohjeistusten tarkoituksena on lähes aina informoida ja opettaa ohjeistuksen kohderyhmään kuuluvia. On myös olemassa keinoja ohjeistaa, joissa opetuksellisuus

(*educational*) ja informaatioisisältö sulautetaan viihteellisyyteen (*entertainment*) sisältöön, jolloin voidaan puhua niin sanotusta *edutainmentista* (Öqvist ym., 2018). Tällöin pyrkimyksenä on nostaa kohderyhmän viihtyvyyttä ja tietoisuutta samaan aikaan (Öqvist ym., 2018).

Eettisten ohjeistusten luomisprosessissa sisällöllisten seikkojen lisäksi oleellista on, kuka tai ketkä ohjeistukset luovat ja kenelle ohjeistuksia luodaan (Fennell & Malloy, 2007). Ohjeistusten kehittäjiä ovat perinteisesti olleet yksityisen sektorin toimijat, hallitukset, kansalaisjärjestöt ja asianomaiset yksityishenkilöt (Mason, 2008). Lukuisissa eettisiä ohjeistuksia koskevissa tutkimuksissa painotetaan kuitenkin tarvetta yhteistyölle ja monialaiselle lähestymistavalle ohjeistusten luontiprosessissa (Cole, 2007; Burns & Granquist, 2014; Öqvist ym. 2018). Onkin todettu, että eettisten ohjeistusten luomisprosessi voi parhaimmillaan edesauttaa kommunikaatiota ja dialogin syntymistä eri matkailualan toimijoiden välille (Cole, 2007).

Eettisten ohjeistusten luomisprosessiin ja sisältöön liittyy monia seikkoja, jotka tulisi ottaa huomioon ja joilla voi olla paljonkin merkitystä ohjeistuksen käytettävyyden kannalta. Vaikka eettisten ohjeistusten tehokkuudesta on olemassa hyvin vähän tutkimustietoa, on oletettavaa, että huolellisella suunnittelulla ja kiinnittämällä huomiota edellä mainittuihin sisällöllisiin ja luomiseen liittyviin seikkoihin, on mahdollista vaikuttaa ohjeistuksen hyödyllisyyteen.

4. Tutkimusalue: Land of National Parks

Tutkimuksen kohdealueena toimii Gateway to Land of National Parks -hankkeen toimialue, joka kattaa Kuusamon lentokentän vaikutusalueen. Tähän alueeseen kuuluu Ruka-Kuusamon alue, Taivalkoski, Suomussalmi, Posio, Salla sekä Syöte ja se ulottuu kolmen eri maakunnan alueille; Pohjois-Pohjanmaalle, Lappiin ja Kainuuseen. Hankealueesta käytetään viestinnällistä nimitystä Land of National Parks (LoNP) ja siihen lukeutuu Oulangan, Riisitunturin, Syötteen ja Hossan kansallispuistot. Land of National Parks on viestinnällinen konsepti ja viestinnällisissä yhteyksissä siihen lukeutuu myös toisinaan Paanajärven kansallispuisto. (Gateway to Land of National Parks, 2020)

Gateway to Land of National Parks -hankkeen päätavoitteena on Kuusamon lentokentän vaikutusalueen matkailun kehittäminen ja sen pää toteuttajana on Naturpolis Oy. Hankkeen

päätavoitteeseen liittyy kolme pääteemaa, jotka ovat: kävijämäärien kestävä kasvu, ympärivuotisuuden lisääminen ja LoNP -alueen tunnettavuuden lisääminen. Hankkeeseen kuuluu viisi työpakettia, joilla on omat vastuutoteuttajatahonsa. Eräs näistä työpaketeista on LoNP -alueen matkailun kestävyys vahvistaminen, josta Oulun yliopisto on toteutusvastuussa. (Korhonen, 2019)

Hankealueen matkailukeskukset eroavat toisistaan toiminnallisesti ja ovat perusteiltaan hyvin erilaisia, eivätkä nämä ole näyttäytyneet yhtenäisenä (Korhonen, 2019). Alueen heterogeenisuuden vuoksi koko hankealueen yhteismarkkinointi on ollut haastavaa ja siksi on pyritty luomaan alueen eri matkailualueita positiivisesti yhdistävä tukibrändi Land of National Parks (Korhonen, 2019; Hankesuunnitelma..., 2019). Yhtenäistä teemaa alueelle on lähdetty kehittämään jo päätökseen tullessa Gateway to Kuusamo Lapland -hankkeessa, ja brändin kehittäminen ja vahvistaminen jatkuu meneillään olevassa Gateway to Land of National Parks -hankkeessa (Hankesuunnitelma..., 2019). Yhtenäisen teeman ja tukibrändin avulla pyritään lisäämään alueen tunnettuutta ja houkuttelevuutta sekä tukemaan matkailualueita ja -toimijoita ja lisäämään yhteistyötä niiden välillä. Vaikka hankealueen eri matkailualueita on tarkoitus pyrkiä yhtenäistämään yhteisen teeman myötä, niitä ei kuitenkaan pyritä samankaltaistamaan, vaan säilyttämään niiden monimuotoisuus ja kunkin alueen omat ominaispiirteet (Hankesuunnitelma..., 2019).

LoNP -alueella matkailu on tärkeä elinkeino ja alueella sijaitsee useita matkailukeskittymiä. Vaikka matkailukeskittymät ovat toiminnallisesti hyvin erilaisia, on niillä myös paljon yhdistäviä tekijöitä. Alueen matkailukeskittymille tärkeitä vetovoimatekijöitä ovat muun muassa pohjoisuus, kansallispuistot, luonto ja erilaiset aktiviteetit. Alue sijaitsee koillisosassa Suomea, joka on tunnettu runsaslumisista talvistaan ja kauniista tunturi- ja vaaramaisemistaan. LoNP -alue sijaitsee napapiirin tuntumassa ja Sallan kunnan osalta se ulottuu myös napapiirin pohjoispuolelle. Sijainnin luoma eksotiikka, kuten Vuoristo ja Vesterinen (2001) asian ilmaisevat, on myös erittäin tärkeä osa alueen vetovoimaa. Revontulet, yötön yö, kaamos ja vuodenajan vaihtelut ovat hyvinkin eksoottisia ja houkuttelevia tekijöitä monille matkailijoille.

Pohjoisuus on siis tärkeä vetovoimatekijä ja keskeinen osa alueen imagoa, etenkin matkailun kannalta. Kuitenkin, kuten aiemmin luvussa 2.2. *Matkailu ja kestävyys pohjoisilla alueilla* todettiin, on matkailun ja pohjoisuuden suhde kompleksinen: ilmastonmuutos on todellinen uhka pohjoisille alueille ja alueen vetovoimatekijöille ja

toisaalta matkailu osaltaan kiihdyttää ilmastonmuutosta. LoNP -alueella onkin tehty lukuisia eri toimenpiteitä, joilla pyritään edistämään alueen kestäväää kehitystä ja siten takaamaan myös matkailuelinkeinon tulevaisuutta. Tutkimusalueella on toteutettu ja toteutetaan lukuisia hankkeita, joissa kestävyys edistäminen on keskeinen teema (Kehittämishankkeet, 2021). Eräänä toimenpiteenä on esimerkiksi luotu alueen matkailuyrityksille suunnattu *Kestävän matkailun opas*, jonka tarkoituksena on edistää kestävyttä matkailuyrityksissä (Träskelin ym., 2018). Tutkimusalueella on myös vastikään toteutettu tutkimuksia kestävyteen liittyen sekä matkanjärjestäjien että matkailualan yritysten osalta (kts. Oikarinen-Mäenpää, 2019; Ridanpää, 2021). Matkailun eri sidosryhmien toiminta on hyvin keskeisessä roolissa matkailun kestävyyskannalta ja tässä tutkimuksessa kartoitetaan alueen matkailijoiden toimintaa, asenteita, tietoja ja taitoja kestävyteen liittyen.

LoNP -alueella matkailijat ovat näkyvässä ja merkittävässä roolissa monin tavoin. Esimerkiksi Ruka-Kuusamon alueella, joka on tutkimusalueen matkailukeskuksista matkailijamääriltään suurin, voi kiireisimpään sesonkiaikaan vierailla kuukauden aikana yli viisinkertainen määrä yöpyviä matkailijoita kunnan väkilukuun verrattuna (SVT, 2018; SVT, 2019). Alueen kansallispuistot vetävät myös vuosittain huomattavia määriä matkailijoita puoleensa. Hossan, Riisitunturin, Syötteen ja Oulangan kansallispuistojen yhteenlaskettu kävijämäärä oli vuonna 2019 hieman yli 400 000 (Käyntimäärät..., 2019). Matkailijat ovat alueella siis hyvin merkittävässä roolissa jo silkan määrän perusteella. Matkailijoiden vaikuttavuus ulottuu laajalti muun muassa aluetalouteen, alueen ympäristöön ja paikallisiin yhteisöihin. Matkailijoiden toiminnalla on siis merkittävä rooli alueen ja sen matkailun kestävyyskannalta, mikä onkin tärkeää huomioida kestävyys edistämiseen pyrkivissä toiminnoissa, kuten hankkeissa.

5. Tutkimusaineisto ja -menetelmät

Tutkimus on luonteeltaan monimenetelmätutkimus (mixed methods) eli siinä on yhdistetty kvantitatiivisia ja kvalitatiivisia tutkimusmenetelmiä. Monimenetelmällisessä tutkimuksessa Creswellin ja Clarkin (2018) mukaan kerätään ja analysoidaan sekä kvantitatiivista että kvalitatiivista dataa ja integroidaan tai yhdistellään näitä eri menetelmin saavutettuja tietoja ja niiden tuloksia keskenään. Monimenetelmällisen tutkimuksen etuna voidaan pitää muun muassa sitä, että siinä voidaan hyödyntää molempien metodologioiden

vahvuuksia (Johnson & Onwuegbuzie, 2004) ja toisaalta pyrkiä välttämään niiden heikkouksia (Creswell & Clark, 2018; Tuomi & Sarajarvi, 2018). Lisäksi monimenetelmällinen lähestymistapa voi mahdollistaa sellaisiin tutkimusongelmiin vastaamisen, joihin yksistään kvalitatiivisella tai kvantitatiivisella lähestymistavalla ei voitasi vastata (Tuomi & Sarajarvi, 2018). Peruseriaatteena voidaan pitää, että monimenetelmällisessä tutkimuksessa eri menetelmien tulisi tukea toisiaan.

Tutkimuksen aineisto koostuu kolmesta eri osiosta: haastattelu-, kysely- ja havainnointiaineistosta. Haastattelu- ja havainnointiaineistot ovat luonteeltaan kvalitatiivisia eli laadullisia ja kyselyaineisto taas on luonteeltaan kvantitatiivinen eli määrällinen. Eri menetelmiä hyödyntämällä on pyritty saavuttamaan monipuolinen näkemys tutkimusongelmaan nähden. Lisäksi on pyritty hyödyntämään eri menetelmien vahvuuksia ja välttämään niiden heikkouksia. Eri menetelmien valitsemiseen vaikutti myös se, että matkailijat ja matkailualan yrittäjät, joiden näkemyksiä tutkimuksessa selvitetään, ovat toisistaan hyvin poikkeavat joukot. Matkailualan yrittäjiä on jo lähtökohtaisesti huomattavasti vähemmän kuin matkailijoita, ja riittävän otannan saaminen kvantitatiivista tutkimusta varten olisi todennäköisesti ollut haastavaa. Matkailijat taas ovat suuri ja monimuotoinen joukko, joten kvalitatiivisella tutkimuksella ei olisi resurssien puitteissa välttämättä saavutettu riittävän monipuolista otosta. Matkailijoiden tavoittaminen esimerkiksi haastattelua varten olisi todennäköisesti lisäksi vaatinut erityisjärjestelyjä koronapandemian rajoitusten vuoksi. Matkailuyrittäjien näkemyksiä selvitettiin näin ollen puolistrukturoitujen haastattelujen avulla ja matkailijoiden näkemyksiä taas kuluttajakyselyn avulla. Havainnointiaineisto on kerätty Ruka-Kuusamon alueen eri käyntikohteissa havainnoimalla, ja sen avulla on pyritty syventämään sekä mahdollisesti vahvistamaan haastattelujen ja kyselyn avulla saatuja näkemyksiä. Aineiston keruu on tapahtunut kesän ja syksyn 2020 aikana ja se on toteutettu osana Gateway to Land of National Parks -hankkeen Oulun yliopiston osatoteutusta, jossa tutkielman kirjoittaja on työskennellyt tutkimusavustajana. Huomioitavaa kuitenkin on, että tätä pro gradu -tutkielmaa ole tuotettu hankkeelle.

5.1. Haastattelu

Tutkimuksen kvalitatiivinen haastatteluaineisto on kerätty puolistrukturoitujen puhelinhaastattelujen avulla kesäkuussa 2020. Haastattelu on tyypillinen laadullisen

aineiston keräysmenetelmä ja sen etuna voidaan pitää sitä, että sen avulla voidaan saavuttaa niin sanottua 'rikasta' informaatiota (Veal, 1997). Haastattelut vaativat kuitenkin huolellista suunnittelua ja niiden toteuttaminen voi viedä huomattavasti aikaa ja resursseja (Veal, 1997). Rajallisten resurssien ja koronapandemiasta johtuneiden rajoitusten vuoksi haastattelut toteutettiin puhelimen välityksellä. Puhelimitse tehtävät haastattelut ovat ajankäytöllisesti suhteellisen tehokkaita, mutta niiden heikkoudeksi voidaan laskea se, ettei haastateltavien ilmeitä ja eleitä voi havainnoida haastattelun aikana, toisin kuin kasvokkain tehtävässä haastattelussa.

Haastattelujen avulla on pyritty selvittämään matkailuyritysten näkemyksiä LoNP -alueen matkailijoiden käyttäytymisestä sekä tiedoista, taidoista ja asenteista kestäväyyteen liittyen. Matkailijoiden käyttäytymisen lisäksi haastattelujen avulla selvitettiin myös minkälaisia asenteita ja toimia matkailuyrityksissä on kestäväyyteen ja vastuullisuuteen liittyen. Tämän lisäksi haastateltavilta kysyttiin ideoita ja toiveita tulevaan matkailijoille suunnattuun eettiseen ohjeistukseen liittyen.

Haastatteluihin osallistui 20 matkailuyrityksen edustajaa LoNP -alueelta. Näistä yrityksistä viisi sijaitsi Ruka-Kuusamon alueella ja muilta LoNP-alueen kohteilta, eli Sallasta, Posiolta, Syötteeltä, Taivalkoskelta ja Suomussalmelta osallistui kustakin kolmesta yritystä haastatteluihin. Haastatteluihin pyydettiin ennalta valikoituja yrityksiä, joiden koettiin jollain tapaa olevan vastuullisiksi profiloituneita ja joilla voisi siten olla kiinnostusta osallistua haastatteluun. Yrityksiä lähestyttiin aluksi haastattelupyynnöllä sähköpostitse, mutta vain yhdeltä yritykseltä saatiin vastaus. Lopulta yrityksiin otettiin suoraan puhelimitse yhteys ja suurin osa yritysten edustajista suostuikin osallistumaan haastatteluun, joko suoraan saman puhelun aikana tai sovittuna ajankohtana myöhemmin.

Haastatteluissa käytettiin apuna haastattelupohjaa, jossa oli valmiiksi määritellyt kysymykset, joihin vastaaja sai vapaasti vastata omin sanoin. Tarvittaessa haastateltaville on esitetty tarkentavia lisäkysymyksiä tai selvennetty esimerkein sitä, mitä kysymyksellä tarkoitetaan. Haastattelujen kestot vaihtelivat yhdeksästä minuutista reiluun tuntiin, joten myös yksittäisten kysymysten vastausten pituuksissa oli suuria eroavaisuuksia. Haastattelujen vastaukset oli alun perin tarkoitus kategorisoida kyllä, ei ja en osaa sanoa vaihtoehtoihin, mutta vastaukset olivat sen verran pitkiä ja sisällöt laadullisia ja monimuotoisia, että niitä päädyttiin lopulta analysointivaiheessa tulkitsemaan viisiportaisen asteikon mukaan. Asteikossa oli vaihtoehdot: 'kyllä', 'jokseenkin kyllä', 'osittain kyllä ja

osittain ei’, ’jokseenkin ei’ ja ’ei’. Näiden lisäksi oli myös vaihtoehdot ’en osaa sanoa’ ja ’ei kysytty’. Haastattelujen tulokset on esitetty myöhemmin luvussa 6.1. *Haastattelujen tulokset.*

5.2. Kuluttajakysely

Tutkimuksen toinen aineisto on kerätty määrälliselle tutkimukselle tyypillisellä kyselymenetelmällä. Kysely on suhteellisen resurssitehokas tapa kerätä laajojakin aineistoja ja otoskoot voivat olla hyvinkin suuria (Veal, 1997). Nykyisin on olemassa lukemattomia erilaisia kyselytyökaluja, joiden avulla kyselyjen tekeminen ja täyttäminen voi onnistua hyvinkin matalalla kynnyksellä. Toisaalta kyselyjen helppous heijastuu niiden valtavaan määrään, joka taas voi vaikuttaa siihen, että osallistujia voi olla toisinaan haastavaa tavoittaa ja saada kiinnostumaan kyselyn täyttämisestä. Kyselyjen heikkoutena voidaan pitää myös sitä, että niiden tulokset perustuvat aina vastaajan itsensä näkemyksiin, rehellisyyteen ja muistiin (Veal, 1997). Vastaaja saattaa joko tahallisesti tai tahattomasti liioitella vastauksiaan tai vastata epätodenmukaisesti (Veal, 1997). Huolellisella kyselyn suunnittelulla voidaan kuitenkin pyrkiä vaikuttamaan näihin seikkoihin.

Kyselyaineisto on kerätty kesällä 2020 heinä- ja elokuun aikana. Kysely on ollut vastattavissa 9.7.2020–31.8.2020 välisenä aikana ja sen kohderyhmänä on toiminut LoNP -alueen matkailijat ja alueelle matkaa suunnittelevat potentiaaliset matkailijat. Kyselyn tarkoituksena on ollut kerätä tietoa matkailijoiden asenteista, tietoudesta ja käyttäytymisestä kestäväyyteen ja vastuullisuuteen liittyen. Kyselyn avulla on selvitetty myös matkailijoiden näkemyksiä LoNP -alueen matkakohteiden sekä yritysten kestäväyydestä ja vastuullisuudesta. Lisäksi matkailijoilla on ollut mahdollisuus jakaa omia näkemyksiään siitä, miten he kehittäisivät kestävyyttä matkakohteessa. Kysely on toteutettu Gateway to Land of National Parks ja Matkailuyritykset kestäväälle kehityspolulle -hankkeiden yhteistyönä. Kysely on muodostettu molempien hankkeiden tarpeiden mukaan ja tässä tutkimuksessa tullaan hyödyntämään kyselyn tuloksia soveltuvien osien.

Kuluttajakyselyyn vastasi yhteensä 407 osallistujaa ja näistä vastauksista todettiin tarkastelun jälkeen kelvollisiksi 406. Kysely toteutettiin aluksi vain suomeksi, mutta siitä tehtiin myös englanninkielinen versio, joka julkaistiin noin kyselyn keräysajan puolessa välissä. Englanninkieliseen versioon vastasi vain 8 vastaajaa, mikä todennäköisesti johtui

suurelta osin koronaviruksen vuoksi asetettujen matkustusrajoitusten aiheuttamasta kansainvälisten matkailijoiden vähäisestä määrästä ja kiinnostuksesta alueeseen.

Kyselystä on tehty kaksi eri versiota: paperinen kyselylomake ja verkkokysely. Paperiseen versioon, jonka jakelukanavina toimivat alueen matkailuinfot, vastasi 23 vastaajaa. Kyselyn verkkoversio luotiin Webropol 3.0 kysely- ja raportointisovelluksella ja sen kautta vastasi 383 vastaajaa. Tietoa ja linkkiä kyselyyn levitettiin hankkeiden aluetoimijoiden verkkosivujen ja sosiaalisen median kanavien kautta. Lisäksi Syötteellä oli kahviloissa ja ravintoloissa esillä QR-koodi, jolla pääsi suoraan täyttämään kyselyä. Kyseessä ei siis ole satunnaistettu kyselytutkimus, vaan aineisto voidaan määrittää itsevalikoituneeksi otokseksi. Ei voida määrittellä, ketkä muodostivat perusjoukon, josta otos valikoitui eikä vastaajien valikoitumista voitu kontrolloida millään tavalla. Kyselyyn vastasivat todennäköisesti ne, joita aihe (matkailun kestävyys ja vastuullisuus) kiinnosti ja/tai jotka halusivat osallistua kyselyn arvontaan. Todennäköisesti vastaajien joukossa on siis ylliedustettuina se joukko, joka kiinnittää matkailun vastuullisuuteen keskimääräistä enemmän huomiota. Tämä reunaehto vaikuttaa luonnollisesti tulosten tulkintaan ja tutkimuksen johtopäätöksiin.

Kuluttajakyselyyn osallistuneilla oli vastattavanaan 15-22 kysymystä, riippuen siitä, olivatko he kyselyyn vastaamishetkellä matkakohteessa, vastasivatko aiemman matkakokemuksen perusteella vai olivatko vasta suunnittelemassa matkaa alueelle. Varsinaisten kyselykysymysten lisäksi kyselyssä selvitettiin vastaajan taustatietoja iän, sukupuolen ja kotikunnan osalta. Kyselyyn osallistuneilla oli myös mahdollisuus osallistua tuotepalkintojen arvontaan jättämällä yhteystietonsa kyselyn päätteeksi. Arvontaa varten jätetyt yhteystiedot on käsitelty vastauksista erillään anonymiteetin varmistamiseksi.

Vastaustyyppinä käytettiin Likertin asteikkoa, kyllä/ei/en osaa sanoa -vastauksia sekä vapaata tekstikenttää kysymyksestä riippuen. Kyselyn jokaiseen kysymykseen oli vapaavalintaista vastata, jotta kynnys kyselyn loppuun suorittamiseen olisi matalampi. Tämä on mahdollistanut vastaajalle useiden kysymysten ohittamisen vastaamatta ja tätä esiintyi vastauksissa joidenkin vastaajien osalta. Kuluttajakyselyn tulokset on esitetty myöhemmin luvussa 6.2. *Kuluttajakyselyn tulokset*. Lisäksi ennen varsinaista kysymysosiota kyselyyn osallistuneella oli mahdollisuus tutustua kyselyn kannalta oleellisiin termeihin ja niiden selityksiin. Näitä termejä olivat kestävä kehitys, vastuullisuus ja hiilijalanjälki.

5.3. Havainnointi

Tutkimuksen kolmas aineisto on laadullinen havainnointiaineisto. Havainnointi on erityisesti käyttäytymisen tutkimiseen soveltuva menetelmä ja sitä hyödynnetään usein muiden tutkimusmenetelmien ohella tai lisäksi (Veal, 1997). Havainnoinnilla voidaan saavuttaa sellaista tietoa, mitä esimerkiksi haastattelujen tai kyselyjen avulla ei olisi mahdollista saada (Veal, 1997). Havainnointi on kuitenkin pitkälti riippuvaista itse havainnoijasta, joten on esimerkiksi mahdollista, että jotain olennaista jää huomaamatta.

Tämän tutkimuksen havainnointijakso eli havainnointiaineiston kerääminen on toteutettu 21.08.2020-30.08.2020 välisenä aikana ja se suoritettiin Ruka-Kuusamon alueella sijaitseissa käyntikohteissa ja luontoreiteillä. Havainnointialue päätettiin logistisista ja ajankäytöllisistä syistä rajata koskettamaan vain yhtä tutkimusalueella sijaitsevaa matkakohdetta. Ruka-Kuusamon alue valikoitui havainnointikohteeksi siitä syystä, että alueella on paljon suosittuja retkeily- ja käyntikohteita ja alueen kävijämäärät ovat LoNP - alueen suurimmat.

Havainnoinnilla pyrittiin selvittämään sitä, minkälaisia ohjeistuksia matkailijoille on alueella tarjolla sekä kuinka paljon ja kuinka helposti ohjeistuksia kussakin käyntikohteessa on. Havainnointia tehtiin myös matkailijoiden käyttäytymisen osalta ja erityistä huomiota havainnoinnissa kiinnitettiin matkailuyritysten haastatteluissa ilmi käyneisiin seikkoihin. Havainnoinnin avulla pyrittiin lisäksi selvittämään ohjeistusten määrän ja laadun yhteyttä matkailijoiden käyttäytymisestä tehtyihin havaintoihin sekä saamaan parempaa käsitystä kesämatkailijoiden toiminnan osalta.

Havainnointia tehtiin kahdeksassa eri Ruka-Kuusamon alueen käyntikohteessa ja luontoreitillä, joista suurin osa sijaitsi Oulangan kansallispuistossa. Nämä kohteet ja reitit olivat: Rukan kävelykylä, ympärysreitti ja matkailuinfo, Oulangan luontokeskus ja Könkään keino -reitti, Konttaisen kuhaus ja Sinipyrstön pyrähdys -reitit, Pieni karhunkierros, Pyhän jyssäys -reitti ja Valtavaaran huiputus -reitti

Havainnointia tehtiin tarkkailemalla kohteissa paikalla olevia matkailijoita ja heidän toimintaansa sekä tarkastelemalla kohteiden ja reittien ympäristössä olevia näkyviä merkkejä ja jälkiä, jotka ovat mahdollisesti aiheutuneet matkailijoiden toiminnasta. Lisäksi havainnointia kohdistettiin kohteissa ja reiteillä matkailijoille saatavilla ja näkyvillä oleviin erilaisiin ohjeistuksiin, sääntöihin, varoituksiin ja muihin kyltteihin. Tehdyistä havainnoista kirjattiin muistiinpanoja ja lisäksi kohteiden ympäristössä olleista näkyvistä merkeistä sekä

matkailijoille saatavilla olevista ohjeistuksista otettiin valokuvia myöhempää analysointia varten. Havainnoinnin tulokset on esitetty myöhemmin luvussa 6.3. *Havainnoinnin tulokset.*

6. Tulokset

6.1. Haastattelujen tulokset

Matkailuyritysten haastattelujen tulokset käsitellään kolmessa osiossa. Aluksi käsitellään yritysten taustatietoja sekä asenteita ja toimia kestävyysliikkeen liittyen. Toisena käsitellään matkailuyritysten näkemyksiä matkailijoiden käyttäytymisestä ja kestävyysliikkeen liittyvistä asenteista, tiedoista ja taidoista. Viimeisenä esitellään matkailuyritysten ideoita ja toiveita matkailijoille suunnattuun eettiseen ohjeistukseen liittyen.

6.1.1. Yritysten taustatiedot

Haastatteluissa kysyttiin yrityksistä aluksi taustatietoja, kuten esimerkiksi kuvausta yritysten tarjoamista palveluista ja toiminnan kausiluonteisuudesta sekä yritysten omista toimista kestäväan matkailuun liittyen. Taustatietokysymyksillä pyrittiin selvittämään yritysten asenteita kestäväan matkailua kohtaan ja sitä, mitkä ovat yrityksen lähtökohdat haastatteluun vastaamiseen liittyen. Lisäksi haluttiin selvittää, millaisia toimia yrityksissä tehdään kestäväan matkailuun liittyen ja miten ne välittyvät matkailijoille.

Haastateltavat kertoivat yritystensä tarjoavan muun muassa majoitus-, ravintola-, vuokraus- ja ohjelmalveluita. Jokaisen yrityksen tarjonta koostui vähintään kahdesta erityyppisestä palvelusta. Kahdestakymmenestä yrityksestä kolmen toiminta on ympärivuotista ja muiden yritysten toiminta kausiluonteista. Kaikissa yrityksissä oli vastaajien mukaan kiinnitetty huomiota kestävyysliikkeen, ja kaikki mainitsivat joitakin käytännön esimerkkejä siitä, miten kestävyys tulee ilmi yrityksen toiminnassa. Esimerkkeinä mainittiin useita kertoja muun muassa lähiruoan suosiminen, kierrätys, hankintojen kestävyys ja lihasvoimin suoritettavat aktiviteetit. Viisi haastateltavaa mainitsi yrityksen saaneen jonkin kestäväan matkailun sertifikaatin, kuten esimerkiksi Green Key, Green Activities tai Sustainable Travel Finland -sertifikaatin ja kuuden yrityksen osalta kerrottiin sertifiointiprosessin olevan joko käynnissä tai suunnitteilla.

Yritysten kestävään toimintaan liittyen kysyttiin myös kerrotaanko yrityksessä kestävydestä matkailijoille. Kuudessatoista yrityksessä kerrottiin kestävydestä joko suullisesti, kirjallisesti tai molemmin keinoin. Neljässä yrityksessä aiheesta ei kerrottu aktiivisesti tai vastaajien kertoman mukaan riittävästi. Näistä kahdessa vastauksessa mainittiin, että se (kestävyys) välittyy muuten heidän toiminnassaan. Kolme edellä mainituista vastaajista oli sitä mieltä, ettei kestävydestä kerrota riittävästi ja enemmänkin voisi kertoa. Yleinen vaikutelma vastausten perusteella on se, että kestävydestä kertominen koettiin tärkeäksi ja useat mainitsivat, että sen suhteen toimintaa tullaan vielä kehittämään.

Haastateltavilta kysyttiin myös, onko Gateway to Kuusamo Lapland -hankkeessa tehty, matkailualan yrityksille suunnattu, Kestävän matkailun opas (Träskelin ym., 2018) yritykselle tuttu ja onko sitä hyödynnetty yrityksen toiminnassa. Kahdessa yrityksessä sitä oli hyödynnetty sertifikaattien hakuprosesseissa ja muutama yritys kertoi aikovansa tutustua siihen paremmin tai hyödyntää sitä sertifiointiprosessissa. Kuudessa yrityksessä oppaasta ei oltu tietoisia.

6.1.2. Matkailijoiden käyttäytyminen

Matkailijoiden käyttäytymiseen liittyen haastatteluissa kysyttiin kysymyksiä, jotka käsittelivät sosiaalista, kulttuurista, taloudellista ja ekologista kestävyttä sekä turvallisuutta. Näiden kysymysten avulla pyrittiin selvittämään sitä, minkälaisiksi matkailuyrityksissä työskentelevät arvioivat matkailijoiden tämänhetkiset kestävyystiedot ja -taidot sekä sitä, millä osa-alueilla matkailijoiden käyttäytymisessä olisi tarvetta muutokselle ja missä asioissa ohjeistukselle olisi erityisesti tarvetta.

Sosiaaliseen kestävyteen liittyen haastatteluissa kysyttiin onko asiakkaiden käytös aiheuttanut yrityksessä jotain haasteita. Kysymys kysyttiin seitsemässä ensimmäisessä haastattelussa, mutta se päädyttiin lopulta jättämään pois ja tilalle vaihdettiin toinen kysymys. Tähän ratkaisuun päädyttiin siitä syystä, että alkuperäinen kysymys aiheutti haasteita, sillä kukaan vastaajista ei vastannut suoraan asiakkaiden aiheuttaneen haasteita, mutta haastattelujen myöhemmissä vaiheissa haasteita kuitenkin ilmeni, mikä aiheutti ristiriidan vastausten välille. Tilalle päätettiin ottaa kysymys: ”Osoittavatko matkailijat kiinnostusta kestävyttä kohtaan?”. Kysymys kysyttiin kolmeltatoista haastateltavalta, joista kolmen vastaus tulkittiin ’jokseenkin kyllä’ -asteikolle ja loppujen ’kyllä’ -asteikolle.

Haastateltavien mukaan matkailijat siis selvästi osoittivat kiinnostusta kestävyyttä kohtaan ja sen mainittiin useaan kertaan olevan tärkeä ostopäätökseen vaikuttava tekijä. Toisaalta yksi vastaajista totesi toivovansa, että asiakkaat kertoisivat yrityksille vahvemmin siitä, mitä kestävyys heille merkitsee, sillä se kannustaisi yrityksiä vastuulliseen ja kestävään toimintaan.

Sosiaaliseen kestävyysliikkeen liittyen haastatteluissa kysyttiin myös, 'tukeeko matkailijoiden käytös yrityksen omia kestävyysperiaatteita?' ja 'oletko kohdannut tai havainnut epäkunnioittavaa tai välinpitämätöntä käytöstä matkailijoiden toimesta itseäsi, muita ihmisiä tai eläimiä kohtaan?'. Seitsemäntoista vastaajaa koki matkailijoiden käytöksen tukevan yrityksen omia kestävyysperiaatteita, ja muutamat kertoivat matkailijoiden olevan hyvinkin tiedostavia ja valveutuneita kestävyysasioiden suhteen. Toisaalta mainittiin myös, että tilanteisiin täytyy puuttua ja matkailijoita täytyy ohjeistaa, mikäli havaitaan käyttäytymistä, joka ei tue yrityksen kestävyysperiaatteita.

Kysymys epäkunnioittavasta käytöksestä jakoi vastaajien mielipiteitä ja heillä oli hyvin erilaisia näkemyksiä asiasta. Hieman yli puolet (12) vastauksista tulkittiin joko 'kyllä' tai 'jokseenkin kyllä' -asteikolle, kaksi 'osittain kyllä ja osittain ei' ja kuusi joko 'jokseenkin ei' tai 'ei' -asteikolle. Epäkunnioittavaksi käytökseksi mainittiin useita kertoja roskaaminen ja meluaminen. Lisäksi mainittiin epäkunnioittava käytös eläimiä kohtaan, yritysten antamien ohjeistusten noudattamatta jättäminen sekä ruoan haaskaus (jättäminen). Toisaalta monet mainitsivat epäkunnioittavan käytöksen olevan harvinaista tai hyvin harvinaista.

Kulttuuriseen kestävyysliikkeen liittyvien kysymysten vastaukset olivat hyvin yhteneväisiä ja lähes poikkeuksetta yritysten näkemykset matkailijoiden käytöksestä ja toiminnasta olivat myönteisiä. Haastatteluissa kysyttiin 'ovatko matkailijat kiinnostuneita ja avoimia paikallista kulttuuria kohtaan?', 'ovatko matkailijat avoimia paikallisia ruokia kohtaan?' ja 'ovatko matkailijat kiinnostuneita paikallisista tuotteista?'. Ainoastaan yksi vastaus koskien kiinnostusta kulttuuria kohtaan tulkittiin 'jokseenkin ei' asteikolle ja yksi vastaus koskien paikallisia tuotteita luokiteltiin 'osittain kyllä ja osittain ei' -asteikolle. Suurin osa muista vastauksista oli 'kyllä', joiden lisäksi oli muutama 'jokseenkin kyllä' -vastaus. Monet painottivat vastauksissaan, että matkailijat ovat ehdottomasti kiinnostuneita, etenkin ruoasta ja kulttuurista.

Taloudelliseen (ja osin kulttuuriseen) kestävyteen liittyen kysyttiin 'kokevatko matkailijat tuotteiden ja palveluiden paikallisuuden tärkeiksi?'. Vain yksi vastauksista sijoittui 'osittain kyllä ja osittain ei' -vaihtoehtoon ja yksi 'jokseenkin kyllä' -vaihtoehtoon. Loput 18 vastausta olivat 'kyllä' ja vastauksissa mainittiin erityisesti lähiruoan, matkamuuistojen ja palvelun paikallisuuden olevan tärkeitä matkailijoille, joka tukee myös kulttuurisen kestävyuden osa-aluetta.

Ekologinen kestävyys on yritysten näkemysten mukaan se osa-alue, jossa matkailijoiden ei-toivottua käyttäytymistä esiintyy eniten. Haastattelussa tarkasteltiin roskaamista, kierrätys- ja lajitteluohjeiden noudattamista, matkailijoiden kulutustottumuksia, ruokahävikkiä, tarvikkeiden säästeliästä ja kunnioittavaa käyttöä, matkailijoiden aiheuttamia ympäristöhaittoja sekä luonnossa liikkumiseen liittyviä tietoja ja taitoja. Vähiten ongelmakohtia tuotiin esiin kysymyksen 'käyttävätkö matkailijat tarvikkeita, kuten varusteita ja ruokailuvälineitä, säästellen ja kunnioittavasti?' kohdalla. Pääsääntöisesti matkailijoiden koettiin käyttävän tarvikkeita hyvin, mutta esimerkiksi vuokravälineiden käsittelyn todettiin pariin otteeseen olevan joskus huolimaton ja epäkunnioittavaa.

Matkailijoiden tiedoissa ja taidoissa luonnossa liikkumisen suhteen koettiin olevan huomattavia puutteita ja erityisinä näistä mainittiin pukeutuminen, varustautuminen, tulenteke sekä yleisesti ihmisen vieraantuminen luonnosta. Näiden taitojen ja tietojen puutteen koettiin vaarantavan matkailijoiden omaa turvallisuutta sekä aiheuttavan haittoja muille ihmisille ja ympäröivälle luonnolle.

Muiden ekologista kestävyttä koskevien osa-alueiden kohdalla vastaajien näkemyksissä oli paljon vaihtelua. Esimerkiksi roskaamista osa ei ollut matkailijoiden toimesta havainnut tapahtuvan, kun taas osan mukaan roskaamista tapahtui huomattavasti. Kierrätys- ja lajitteluohjeiden noudattamisen koettiin pääsääntöisesti sujuvan matkailijoilta hyvin, mutta useita kertoja mainittiin, että kansalaisuuksien välillä on eroja. Panttipullojen ja -tölkkien kierrätys on monelle kansainväliselle matkailijalle vierasta. Yleisesti ottaen matkailijoiden koettiin olevan suhteellisen valveutuneita kierrätyksen ja lajittelun suhteen. Muutama vastaajista kertoi ongelman olevan enemmänkin siinä, että alueen kierrätysmahdollisuudet eivät ole vielä tarpeeksi hyvät.

Matkailijoiden kulutustottumuksista kysyttiin vain yrityksiltä, joiden tarjonnassa oli majoituspalveluita (8 kpl), sillä esimerkiksi matkailijoiden energian- ja vedenkulutuksen arvioiminen olisi muille haastavaa, ellei mahdotonta. Kahdeksasta vastaajasta enemmistö

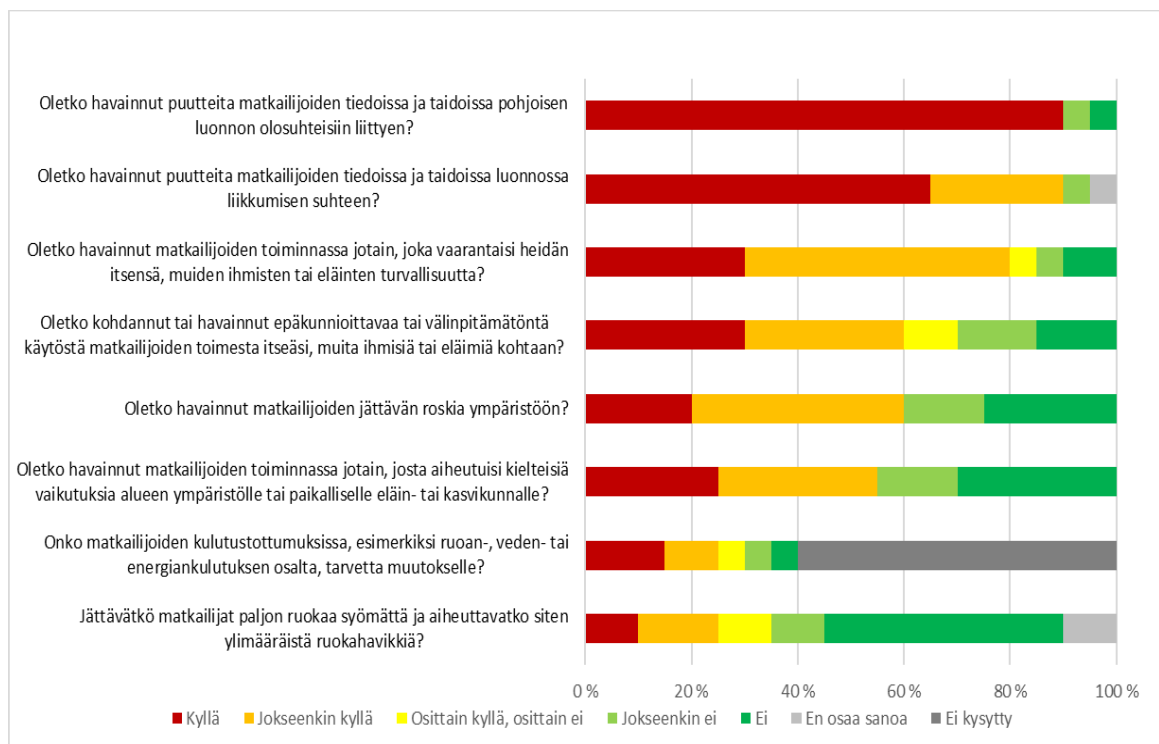
oli sitä mieltä, että kulutustottumuksia olisi tarvetta muuttaa. Erityisenä mainintana kerrottiin, että osa kansainvälisistä matkailijoista jättää ikkunoita auki pakkasella, mikä on sekä taloudellisesti että ekologisesti erittäin epäsuotuisaa.

Myös ruokailutottumuksissa mainittiin olevan tarvetta muutokselle. Haastatteluissa kysyttiin matkailijoiden aiheuttamasta ruokahävikistä ja vastaukset erosivat melko paljon toisistaan. Enemmistö oli sitä mieltä, ettei hävikkiä juuri synny. Kuitenkin useat mainitsivat, että yritys voi omalla toiminnallaan ja hyvällä suunnittelulla vaikuttaa paljon ruokahävikin määrään. Monissa yrityksissä ruokaa tarjoiltiin asiakkaille aluksi kohtuullisesti ja tarvittaessa lisää. Lisäksi painotettiin ohjeistuksen tärkeyttä. Eräs vastaajista mainitsi, että ruokahävikkiä tulee paljon, mikäli siihen ei puututa, mutta tarpeeksi hyvällä ohjeistuksella se saadaan yleensä minimoitua.

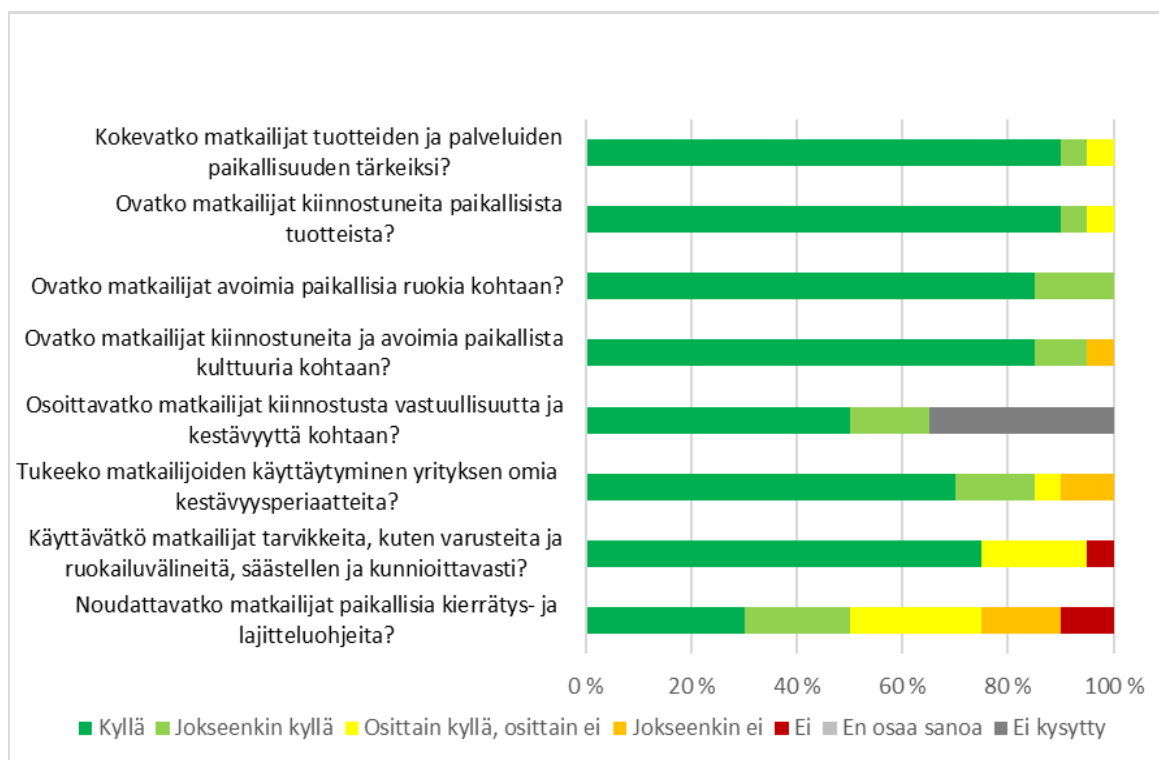
Turvallisuutta koskien haastatteluissa kysyttiin matkailijoiden tiedoista ja taidoista pohjoisen luonnon olosuhteisiin liittyen sekä mahdollisesta turvallisuutta uhkaavasta toiminnasta. Vastaajien mukaan matkailijoiden taidot ja tiedot pohjoisen luonnon olosuhteista eivät olleet riittävällä tasolla. Kahta vastaajaa lukuun ottamatta kaikki olivat sitä mieltä, että osaamisessa on parannettavaa ja lähes jokainen mainitsi erityisesti puutteellisen pukeutumisen. Lisäksi autoiluun liittyvistä ongelmista mainittiin joitakin kertoja.

Suurin osa vastaajista oli havainnut matkailijoiden toimivan jollain tapaa turvallisuutta uhkaavasti. Matkailijoiden omaa turvallisuutta uhkaavina asioina mainittiin vääränlainen pukeutuminen ja varustautuminen, vesistöillä ja Lapin erämaissa liikkuminen ilman tarvittavia tietoja ja taitoja sekä teräseiden vääränlainen käyttö. Sekä omaa että muiden turvallisuutta uhkaavana tekijänä mainittiin erityisesti moottorikelkoilla hurjastelu, ja lisäksi mainittiin vaaraan joutuneen matkailijan pelastamisen asettavan pelastushenkilökunnan vaaraan. Eläinten turvallisuuteen liittyen huolta aiheuttivat ohjeistuksista piittaamattomuus ja liian kova vauhti esimerkiksi koiravaljakkoajeluilla.

Edellä läpi käydyt tulokset on koottu kuviin 1 ja 2. Kuvassa 1 on esitettyä haastatteluissa esille tulleet osa-alueet, joissa matkailijoiden käyttäytymisessä on havaittu eniten puutteita tai ongelmia. Kuvassa 2 on esitettyä osa-alueet, joilla matkailijoiden käytöksen koetaan pääsääntöisesti olevan kestävyyttä tukevaa.



Kuva 1. Haastatteluissa esille tulleet osa-alueet, joissa matkailijoiden käyttäytymisessä on havaittu puutteita tai ongelmia.



Kuva 2. Osa-alueet, joilla matkailijoiden käytöksen koetaan pääsääntöisesti tukevan kestävyyttä

6.1.3. Haastateltavien ehdotukset ja huomiot eettiseen ohjeistukseen

Haastateltavia pyydettiin jakamaan ajatuksiaan, ideoitaan ja toiveitaan käyttäytymisohjeistukseen liittyen. Ohjeistuksen on tarkoitus olla sellainen, että sitä voidaan hyödyntää paikallisissa yrityksissä, joten on tärkeää saada toimijoiden mielipiteitä ohjeistuksen käytännön asioihin liittyen. Ehdotuksia ja kommentteja tuli monipuolisesti ja ne koskivat muun muassa ohjeistuksen formaattia, kielivalikoimaa ja sisältöä. Viidelle vastaajalle ei tullut mieleen ehdotuksia tai muuta kommentoitavaa.

Ohjeistuksen formaattiin liittyen toivottiin videomateriaalia ja eräs vastaaja kommentoi, että: ”Ohjeita pitäisi jotenkin muuten tuoda esille kuin, että niitä kirjoitellaan jonnekin seinille. Ymmärrys lähtee osallistamisesta tai esimerkistä”. Lisäksi mainittiin, että ohjeistuksen tulisi olla helposti sisäistettävissä, riittävän yksinkertainen ja lyhytlukuinen sekä positiivinen sävyiltään. Eräs vastaaja toivoi, että ohjeistus olisi ikään kuin raami, jonka pohjalta yritys voisi muokata omiin tarpeisiinsa sopivat ohjeistukset.

Myös kieliasiaan otettiin kantaa. Eräs vastaaja mainitsi, että usein ihmiset ymmärtävät ja omaksuvat parhaiten ohjeet, jotka on kirjoitettu heidän omalla äidinkielellään, joten on myös tarpeen arvioida sitä, millä kielillä ohjeistusta tullaan julkaisemaan. Informaation perille saamiseen liittyen kaksi vastaajaa peräänkuulutti matkanjärjestäjien roolia ohjeistamisessa. Matkailijoille pitäisi saada kulkemaan tietoa alueesta jo matkan lähtöpäässä ja matkanjärjestäjillä siihen olisi mahdollista vaikuttaa. Esimerkiksi talvipukeutuminen on teema, jossa tarve ohjeistukseen on suuri. Matkanjärjestäjien antamat ohjeet jo ennen lähtöä voisivat olla erittäin tarpeellisia, erityisesti kansainvälisten matkailijoiden kohdalla.

6.2. Kuluttajakyselyn tulokset

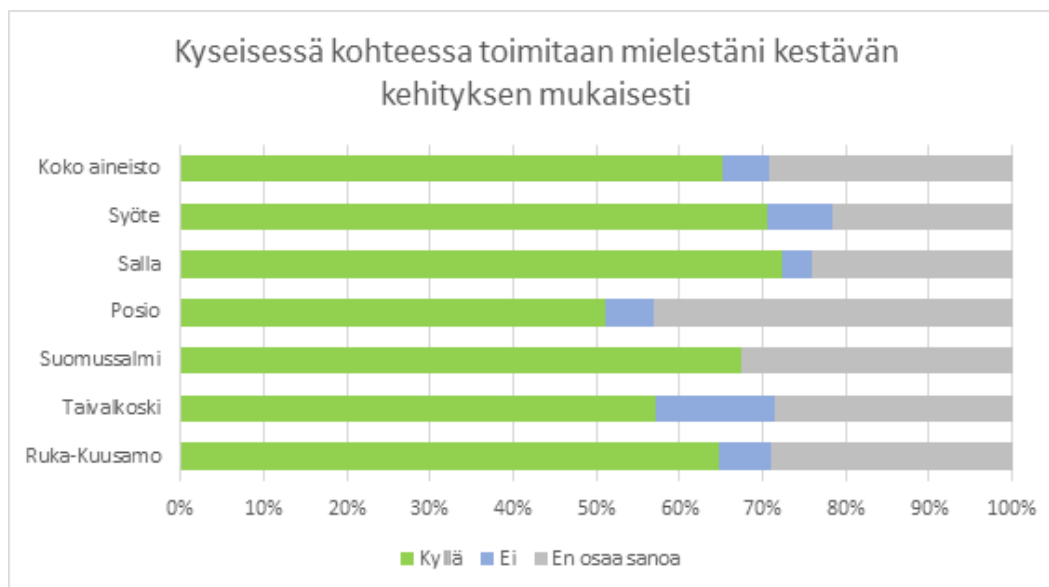
Kuluttajakyselyn tulokset käsitellään kolmessa osassa. Aluksi käsitellään taustatietoja kyselyyn vastanneista ja siitä, millä lähtökohdilla he kyselyyn vastaavat. Toisena käsitellään kuluttajakyselyn varsinaisen vastuullisuusosion sekä hiilikysymysten tulokset. Lopuksi vielä tarkastellaan matkailijoiden ideoita toiveita ja ajatuksia matkakohteen kestävästä kehityksestä.

6.2.1. Taustatiedot

Kuluttajakyselyssä kysyttiin taustatietoina vastaajan ikää, sukupuolta ja kotipaikkakuntaa tai kotimaata (englanninkielinen kysely). Kyselyyn vastanneista selkeä enemmistö oli joko 26-45 -vuotiaita (43 %) tai 46-65 -vuotiaita (44 %). Vastaajista noin kuusi prosenttia oli 18-25 -vuotiaita ja seitsemän prosenttia yli 65 -vuotiaita. Vastaajista hieman alle kaksi kolmasosaa (63 %) oli naisia, reilu kolmasosa (36 %) miehiä ja pieni osa vastaajista (1 %) ei halunnut kertoa sukupuoltaan. Yksikään vastaajista ei ilmoittanut olevansa muunsukupuolinen.

Vastaajien kertoman kotipaikkakunnan perusteella eniten vastaajia (26 %) oli Pohjois-Pohjanmaan maakunnasta ja toiseksi eniten (19 %) Uudenmaan maakunnasta. Muista maakunnista vastaajia oli muutamasta henkilöstä pariin kymmeneen henkeen. Ainostaan Ahvenanmaan maakunnasta ei ollut yhtään vastaajaa. Kyselyn englanninkieliseen versioon vastaajia pyydettiin määrittämään oma kotimaansa. Vastaajista 3 oli kotoisin Isosta-Britanniasta, 2 Alankomaista sekä yhdet vastaajat Norjasta, Itävallasta ja Virosta.

Vastaajia pyydettiin myös määrittämään matkakohde, jonka osalta kyselyyn aikoo vastata. Vastauksista 176 kappaletta (43 %) oli kohdennettu Ruka-Kuusamon alueelle, 88 (22 %) Syötteelle, 53 (13 %) Suomussalmelle, 51 (13 %) Posiolle, 29 (7 %) Sallaan ja 7 (2 %) Taivalkoskelle. Kahdessa vastauksessa kohdetta ei oltu määritetty. Kohteen määrittämisen jälkeen kysyttiin, toimitaanko kyseisessä kohteessa kestävän kehityksen mukaisesti. Kysymyksen vastaukset alueittain on esitetty kuvassa 3. Koko alueen osalta tarkasteltuna enemmistö (65 %) vastasi kyllä. Vastaajista pieni osa (6 %) oli sitä mieltä, että kohteessa ei toimita kestävästi ja hieman alle kolmannes (29 %) vastaajista ei osannut sanoa.



Kuva 3. Vastaajien käsitys alueen ja sen kohteiden kestävyydestä. (N=404)

Kyselyyn on ollut mahdollista vastata riippumatta siitä, oliko vastaaja kyseisessä matkakohteessa parhaillaan tai vieraillut kohteessa aiemmin tai vasta suunnittelemassa matkaa. Kyselyssä selvitettiin kuitenkin, mistä lähtökohdista osallistujia kyselyyn vastaa ja sen perusteella vastaajalle kohdennettiin kysymyksiä joko koskien matkaa alueelle tai ohjattiin suoraan kyselyn seuraavaan osioon. Osallistujilta kysyttiin ‘montako päivää vierailuni alueella kestää tällä kertaa’, johon oli vastausvaihtoehdot: ‘1 päivän’, ‘2-3 päivää’, ‘4-5 päivää’, ‘6 päivää tai enemmän’, ‘en ole alueella juuri nyt, vastaan aiemman matkani perusteella’ ja ‘suunnittelen vasta matkaa alueelle’. Neljä ensin mainittua vastausvaihtoehtoa merkitsivät, että vastaaja oli matkakohteessa kyselyyn vastaamisen aikana ja matkaa koskevat taustakysymykset kohdennettiin koskemaan sen hetkistä matkaa alueella. ‘En ole alueella juuri nyt, vastaan aiemman matkani perusteella’ -vastausvaihtoehdon valinneet ohjattiin vastaamaan matkaa koskeviin taustatietokysymyksiin viimeisimmän alueelle suuntautuneen matkan perusteella. ‘Suunnittelen vasta matkaa alueelle’ -vastausvaihtoehdon valinneet ohjattiin suoraan kyselyn seuraavaan osioon, sillä matkaa koskevat taustatietokysymykset eivät heitä koskettaneet. Kyselyssä matkaa koskevat kysymykset oli eritelty sen mukaan, oliko vastaaja alueella vai vastasiko aiemman kokemuksen perusteella, mutta tulosten tarkastelun helpottamiseksi matkaa koskevien kysymysten tulokset on yhdistetty ja niitä tarkastellaan yhdessä.

Vastaajista selkeä enemmistö (91 %) oli käynyt tai oleskeli parhaillaan kohteessa. Vajaa kymmenesosa (8 %) oli päiväkävijöitä, vajaa viidennes (19 %) 2-3 päivän vierailulla, reilu kymmenesosa (12 %) 4-5 päivän vierailulla ja reilu neljäsosa (27 %) oli kohteessa kuusi päivää tai enemmän. Neljännes (25 %) kyselyyn osallistuneista ei ollut kyselyn aikana matkakohteessa, mutta oli aikaisemmin vieraillut ja hieman alle kymmenesosa (9 %) vastaajista suunnitteli vasta matkaa alueelle.

Matkaan liittyen kyselyssä selvitettiin matkailijan majoittumista, matkaseuruetta ja matkan aikana käytettyjä palveluita. Yli puolet vastaajista majoittui matkansa aikana mökissä. Vuokramökki oli suosituin majoitusmuoto (31 %) ja lähes yhtä moni (30 %) majoittui omassa mökissä. Matkan aikana vastaajia majoittui myös jonkin verran hotellissa tai muussa majoitusliikkeessä (17 %), tuttavien tai sukulaisen luona (11 %) ja omassa majoitteessa kuten teltassa tai matkailuautossa (8 %). Valtaosa matkusti yhdessä puolison (42 %) tai perheen (27 %) kanssa. Hieman yli kymmenes vastaajista matkusti ystävien kanssa (12 %) tai yksin (11 %). Lisäksi muutamat matkustivat perheen sekä ystävien kanssa (4 %), osana muuta seuruetta (2 %) tai muulla kokoonpanolla (1 %).

Matkaa koskeviin kysymyksiin vastanneista kaikki olivat käyttäneet matkansa aikana yhtä tai useampaa palvelua kohteessa. Vastaajista valtaosa (93 %) käytti matkansa aikana päivittäistavarakauppojen ja/tai huoltoasemien palveluita, reilu enemmistö (76 %) käytti ravintolapalveluita kohteessa ja hieman alle puolet (44 %) muiden ostospaikkojen, kuten matkamuistomyymlöiden, palveluita. Vastaajista pieni osa käytti myös ohjelmapalveluita (16 %) ja/tai liikennepalveluita (7 %). Muutamat olivat käyttäneet muita palveluita, joista mainittiin muun muassa erityisliikkeet- ja palvelut, vuokrauspalvelut, hissiliput, kulttuuripalvelut ja kansallispuistojen palvelut.

6.2.2. Vastuullisuus- ja hiilikysymysten tulokset

Kyselyn vastuullisuusosiossa selvitettiin matkakohteen ja sen yritysten vastuullisuutta kuluttajien näkökulmasta sekä kuluttajan omaa vastuullisuuskäyttäytymistä ja tottumuksia. Kysymykset koskivat muun muassa vastuullisuusviestintää ja sitä, minkä verran vastuullisuus merkitsee valintoja tehdessä arjessa ja matkalla. Vastuullisuusosion kysymyksissä on muutamaa kysymystä lukuun ottamatta ollut Likert-asteikolliset vastausvaihtoehdot. Likert-asteikolliset vastausvaihtoehdot olivat ‘todella paljon’, ‘melko paljon’, ‘jonkun verran’, ‘vähän’ ja ‘ei lainkaan’. Lisäksi valittavana oli vaihtoehto ‘en osaa

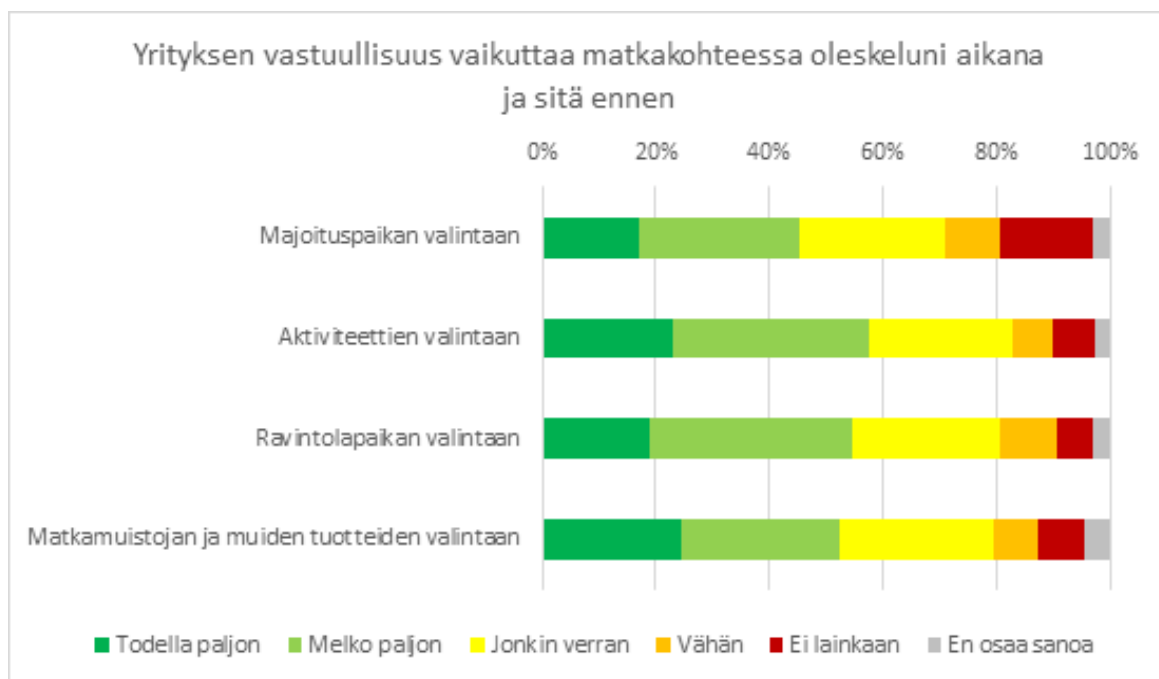
sanoa'. Kyselyn kannalta termi vastuullisuus on erityisen oleellinen, joten taustatietona kartoitettiin, kuinka monelle vastaajalle termi oli entuudestaan tuttu. Suurimmalle osalle (98 %) vastaajista termi oli tuttu jo ennen kyselyyn osallistumista ja vain hyvin pienelle osalle (2 %) ei.

Vastaajien arkitottumuksiin liittyen selvitettiin, minkä verran vastuullisuus merkitsee yleisesti arjen tuotteiden ja palveluiden valinnassa. Hieman alle kolmannekselle (31 %) vastuullisuus merkitsi arjessa todella paljon, hieman alle puolelle (45 %) melko paljon ja viidennekselle (20 %) jonkin verran. Vain muutamalle vastuullisuus merkitsi arjessa vähän (3 %) tai ei lainkaan (1 %).

Vastaajilta kysyttiin myös, minkä verran kohteen vastuullisuus vaikutti matkakohteen valintaan, ja mistä he etsivät vastuullisuustietoa kohteesta ja sen yrityksistä. Reilulle kymmenykselle (12 %) kohteen vastuullisuus vaikutti valintaan todella paljon, hieman alle neljännekselle (23 %) melko paljon ja hieman yli neljännekselle (26 %) jonkin verran. Hieman alle kuudennekselle (15 %) vastuullisuus vaikutti matkakohteen valintaan vähän ja noin viidesosalle (21 %) ei lainkaan. Pieni osa (3 %) vastaajista ei osannut sanoa. Matkakohteen vastuullisuustietoon liittyen vastaajia pyydettiin valitsemaan tietolähteensä eri vaihtoehtoista, joissa vastuullisuustietoa on tyypillisesti saatavilla ja joista sitä tyypillisesti saatetaan hakea. Halutessaan vastaaja sai ilmoittaa ja nimetä myös muita tiedonlähteitä. Vastaajista valtaosa (81 %) kertoi etsivänsä vastuullisuustietoa matkakohteesta ja sen yrityksistä yhdestä tai useammasta eri lähteestä. Vastuullisuustietoa etsittiin eniten matkakohteen ja sen yritysten verkkosivuilta (66 %). Hieman alle puolet etsi tietoa paikan päältä (42 %), noin kolmannes (34 %) sosiaalisen median eri kanavista ja alle kymmenes (9 %) etsi vastuullisuustietoa erilaisilta matkailusivustoilta, kuten Tripadvisorista. Muutamat (2 %) mainitsivat muita lähteitä vastuullisuustiedolle, kuten tuttavat ja kaverit. Vajaa viidesosa vastaajista (19 %) ei etsinyt vastuullisuustietoa matkakohteeseen tai sen yrityksiin liittyen.

Yrityksen vastuullisuuden vaikutusta tuotteiden ja palveluiden valintaan matkakohteessa oleskelun aikana ja sitä ennen selvitettiin myös erityyppisten yritysten osalta. Tulokset on esitetty kuvassa 4. Vastausten perusteella aktiviteettien valinta oli se osa-alue, jossa vastuullisuus merkitsee eniten: reilusti yli puolet (58 %) vastaajista kertoi yrityksen vastuullisuuden merkitsevän todella paljon tai melko paljon. Ravintolapaikan ja matkamuistojen valinnassa yrityksen vastuullisuuden merkitys oli lähes samansuuruista

kuin aktiviteettien ja myös muiden vaihtoehtojen hajonta oli samansuuntaista. Majoituspaikan valinnassa vastuullisuudella ei ollut niin paljon merkitystä. Toki on muistettava, että osa vastaajista majoittui omassa mökissä tai majoitteessa, mikä voi vaikuttaa vastauksiin.

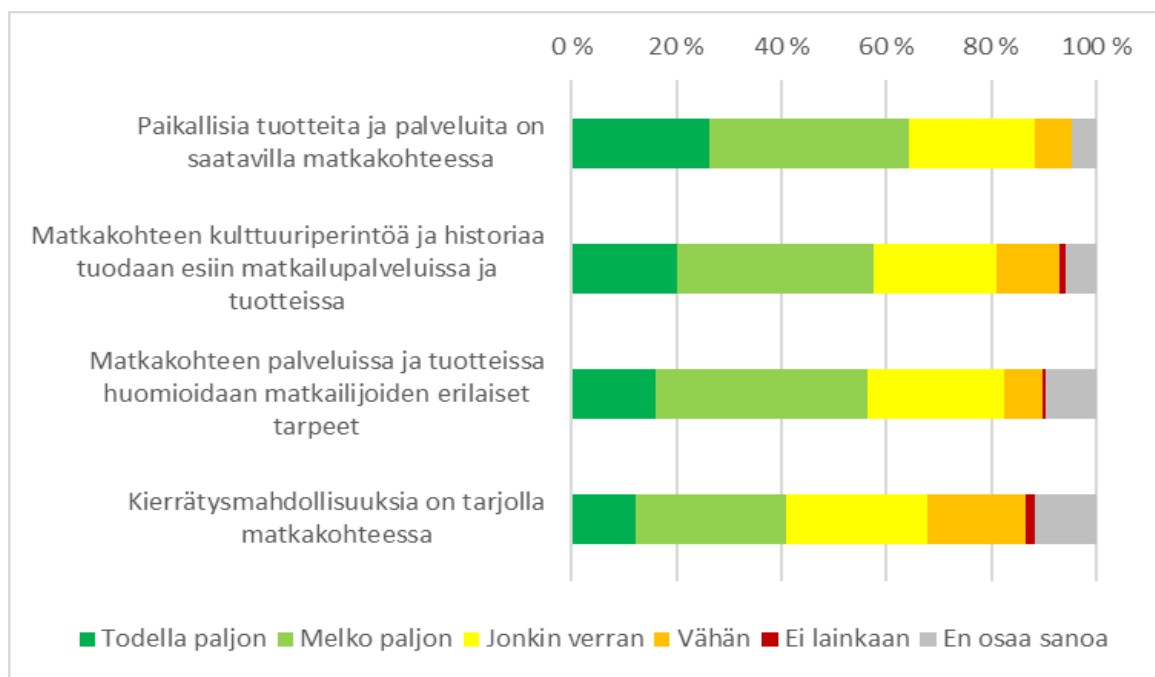


Kuva 4. Vastuullisuuden merkitys matkailupalveluja ja -tuotteita valitessa. (N=399-403)

Yleisesti ottaen LoNP -alueen kohteiden ajateltiin toimivan kestävän kehityksen periaatteiden mukaisesti (kuva 3). Kyselyssä selvitettiin myös matkakohteessa saatavilla olevien palveluiden ja tuotteiden vastuullisuutta, jota peilattiin kuvassa 5 esiteltujen kysymysten avulla. Kysymykset liittyivät tuotteiden paikallisuuteen, paikalliskulttuurin huomioimiseen, erilaisten tarpeiden huomioimiseen sekä kierrätykseen, jotka ovat matkailijoille helposti todennettavia, vastuullisuuteen viittaavia asioita.

Vastausten perusteella paikallisuuteen, kulttuuriperintöön ja erilaisten tarpeiden huomioimiseen liittyvät asiat ovat melko hyvällä tolalla: yli puolet vastaajista oli sitä mieltä, että kyseisiä tuotteita tai palveluita on saatavilla kohteessa todella paljon tai melko paljon (kuva 5). Vastaajista yli neljännes (26 %) arvioi paikallisten tuotteiden ja palveluiden saatavuudeksi todella paljon, muilla osa-alueilla todella paljon -vastausten osuus oli pienempi. Sen sijaan kierrätysmahdollisuuksien suhteen todella paljon ja melko paljon -

vastauksia tuli reilusti alle puolelta vastaajista. Ei lainkaan -vastausten osuus jäi kaikilla neljällä osa-alueella muutamaan prosenttiin. Huomionarvoista lienee myös se, että en osaa sanoa -vastaukseen päätyi enemmän kuin joka kymmenes vastaaja (12 %) kierrätykseen liittyen ja matkailijoiden erilaisten tarpeiden huomioimiseen liittyen kymmenesosa (10 %) vastaajista.



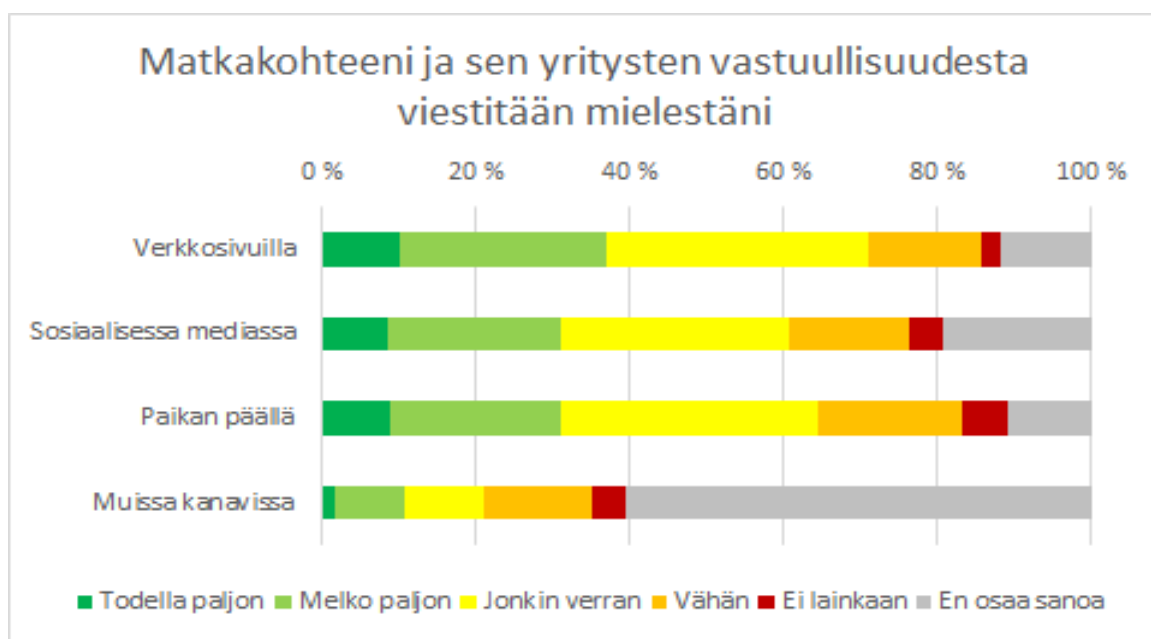
Kuva 5. Matkakohteen palveluiden ja tuotteiden vastuullisuus (N=405-406)

Matkakohteen ja siellä sijaitsevien yritysten osalta selvitettiin, minkä verran vastuullisuudesta viestitään eri kanavissa ja minkä verran matkakohteessa on vastuulliseksi profiloituneita yrityksiä matkailijoiden mielestä. Tulokset on esitetty kuvassa 6. Vastausten perusteella vastuullisuudesta viestitään eniten yritysten ja matkakohteen verkkosivuilla: reilun kolmanneksen mielestä vastuullisuudesta viestittiin todella paljon tai melko paljon ja yhteensä noin kahden kolmasosan mielestä vähintään jonkin verran. Hieman useampi kuin joka kymmenes vastaaja (12 %) valitsi vaihtoehdon en osaa sanoa.

Paikan päällä ja sosiaalisen median eri kanavissa vastuullisuustietoa oli vastaajien mukaan tarjolla lähes yhtä paljon. Viestintää näissä kanavissa oli todella paljon hieman alle kymmenyksen (9 %) mielestä ja melko paljon reilun viidenneksen (22 %) mukaan. Jonkin verran viestintää oli paikan päällä kolmanneksen (33 %) mielestä ja sosiaalisessa mediassa

vain hieman vähemmän (30 %). Paikan päällä vähän viestittiin hieman alle viidenneksen (19 %) mielestä, pienen osan (6 %) mukaan ei lainkaan ja reilu kymmenys (11 %) ei osannut sanoa. Sosiaalisessa mediassa vastuullisuudesta viestittiin vähän hieman alle kuudenneksen (15 %) mielestä, pienen osan (5 %) mielestä ei lainkaan ja hieman alle viidennes (19 %) ei osannut vastata.

Muissa kanavissa kuin matkakohteen ja yritysten verkkosivuilla, sosiaalisen median eri kanavissa ja paikan päällä tietoa vastuullisuudesta oli saatavilla vastaajien mukaan vähemmän. Vastaajien mukaan muissa kanavissa vastuullisuustietoa on saatavilla vähän (14 %) tai jonkin verran (10 %). Enemmistö (60 %) kuitenkin valitsi vaihtoehdon 'en osaa sanoa'. Muita kanavia vastuullisuusviestinnälle mainittiin olevan muun muassa sanomalehdet, televisio ja esitteet.

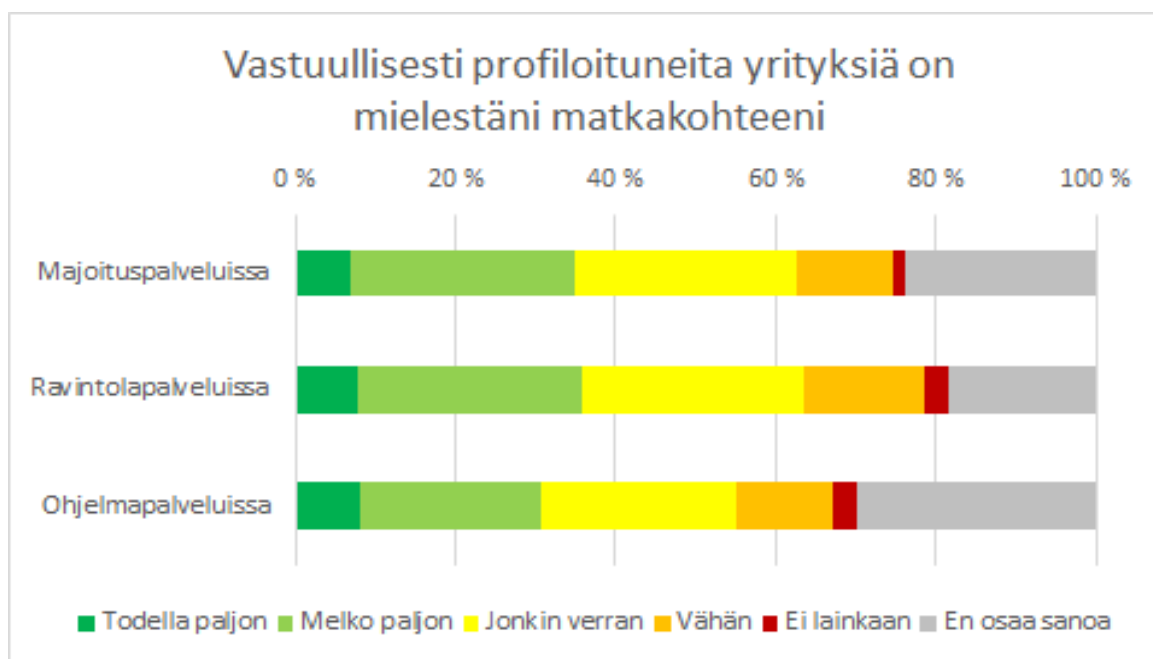


Kuva 6. Vastaajien käsitys matkakohteen ja sen yritysten vastuullisuusviestinnästä eri kanavissa. (N=348-404)

Matkakohteen ja sen yritysten vastuullisuusviestinnän tason lisäksi vastaajia pyydettiin arvioimaan, minkä verran kohteessa on vastuulliseksi profiloituneita yrityksiä matkailun eri toimialoilla. Tulokset on koottu kuvaan 7. Matkakohteen majoitus- ja ravintolapalveluissa vastuulliseksi profiloituneita yrityksiä oli vastaajien näkemyksen mukaan lähes saman verran: todella paljon vastuulliseksi profiloituneita yrityksiä oli alle kymmenyksen mielestä

(majoituspalveluissa 8 % ja ravintolapalveluissa 7 %). Enemmistön mielestä vastuullisiksi profiloituneita yrityksiä oli joko melko paljon (28 %) tai jonkin verran (28 %). Ohjelmapalveluyritysten kohdalla todella paljon ja melko paljon -vastaukseen päätyi vajaa kymmenesosa (8 %) ja vajaa neljäsosa (23 %) vastaajista.

Majoituspalveluissa vastuullisiksi profiloituneita yrityksiä oli reilun kymmenyksen (12 %) mielestä vähän ja muutaman (2 %) mielestä ei lainkaan. Hieman alle neljäsosa (24 %) vastaajista ei osannut sanoa. Ravintolapalveluissa vastuullisesti profiloituneita yrityksiä oli vähän kuudenneksen mielestä, pienen osan (3 %) mukaan ei lainkaan ja lisäksi hieman alle viidennes (18 %) ei osannut sanoa. Ohjelmapalveluiden osalta eniten vastauksia (30 %) tuli en osaa sanoa -vaihtoehtoon. Vastaajista vajaa neljäsosa (24 %) oli sitä mieltä, että vastuullisiksi profiloituneita yrityksiä on jonkin verran ja reilu kymmenesosa (12 %) sitä mitä, että yrityksiä on vähän. Vain pienen osan (3 %) mukaan vastuullisia yrityksiä ei ole lainkaan.



Kuva 7. Vastuullisesti profiloituneiden yritysten määrä eri matkailun toimialoilla vastaajien mukaan. (N=402-405)

Kuluttajilta kysyttiin myös hiilijalanjälkeen ja hiilikädenjälkeen liittyviä asioita. Kysymysten avulla selvitettiin, ovatko matkailijat kiinnostuneita matkansa hiilijalanjäljen

suuruudesta, olisivatko matkailijat halukkaita kompensoimaan matkansa aiheuttamia hiilipäästöjä ja tietävätkö he, mitä termi hiilikädenjälki tarkoittaa. Vastaajista selvä enemmistö (70 %) oli kiinnostuneita matkansa hiilijalanjäljen suuruudesta. Hiilipäästöjä haluaisi kompensoida hieman yli puolet (57 %) vastaajista ja myös termi hiilikädenjälki oli tuttu reilulle enemmistölle (69 %). Vastaajista noin kuudesosa (17 %) ei ollut ikinä kuullutkaan termistä ja hieman alle kuudesosa (14 %) tiesi termin, muttei tiennyt mitä se tarkoittaa.

6.2.3. Matkailijoiden näkemykset matkakohteen kehityksestä

Kyselyssä selvitettiin matkailijoiden näkemyksiä siitä, miten he kehittäisivät matkakohteen kestävyyttä. Vastaajat saivat omin sanoin jakaa ideoitaan ja ajatuksiaan, ja yhteensä 104 vastaajaa vastasi kysymykseen. Vastauksissa toistui moneen otteeseen samoja teemoja, joiden perusteella muodostettiin kymmenen alaluokkaa, joihin vastauksia jaoteltiin.

Kehitysideoissa toistui eniten viestintään ja ohjeistamiseen liittyvät seikat. Yhteensä 52:ssa vastauksessa oli nostettu esiin toiveita, ajatuksia ja ideoita siitä, miten vastuullisuudesta voisi viestiä enemmän ja selkeämmin tai missä kaivattaisiin lisää ohjeistamista. Vastauksissa toivottiin muun muassa, että tietoa vastuullisuudesta olisi helpommin saatavilla esimerkiksi verkkosivuilla ja sosiaalisen median kanavissa, mutta toisaalta toivottiin tietoa myös paperisena versiona, iäkkäämpää kohderyhmää ajatellen. Toiseksi eniten, eli yhteensä 42:ssa vastauksessa, toistui jätehuoltoon ja kierrätyksen kehittämiseen liittyvät ideat. Vastauksissa peräänkuulutettiin parempia kierrätysmahdollisuuksia. Kierrätyspisteitä toivottiin matkakohteisiin lisää, etenkin mökkialueiden läheisyyteen. Lisäksi toivottiin, että muovin ja biojätteen osalta lajittelumahdollisuuksia parannettaisiin.

Paikallisuuteen ja kotimaisuuteen liittyvät ajatukset toistuivat viidessätoista vastauksessa. Vastauksissa muun muassa toivottiin, että paikallisuutta ja kotimaisuutta tulisi korostaa esimerkiksi tuotteiden ja palveluiden osalta sekä markkinoinnissa. Paikallista ruokaa koskevia vastauksia oli sen verran useita, että ne päätettiin jaotella omaan kategoriaan yhdessä muiden ruokaan liittyvien vastausten kanssa. Ruokaan liittyviä vastauksia oli yhteensä neljätoista kappaletta ja vastauksissa korostui toiveet lähiruuan ja muiden ekologisempien vaihtoehtojen, kuten kasvisruuan, suosimisesta. Myös ruuan paikallisuutta toivottiin korostettavan. Alueen kulttuurihistoriaan liittyviä ajatuksia jaettiin yhteensä

seitsemässä vastauksessa. Toivottiin muun muassa, että kulttuurihistoriaa tuotaisiin enemmän esille, ja että sitä kunnioitettaisiin rakentamisessa ja suunnittelussa.

Saavutettavuuteen ja liikenteen ekologisuuteen liittyvät teemat nousivat esiin kahdessatoista vastauksessa. Vastauksissa toivottiin muun muassa parempia julkisen liikenteen yhteyksiä matkakohteisiin ja matkakohteiden sisällä. Lentomatkailun ja yksityisautoilun suosimista haluttiin vähentää, ja lisäksi esiin nousi mönkijöiden ja moottorikelkkojen epäekologisuus. Kulkumuotoihin toivottiin sähköisiä vaihtoehtoja ja sähköautojen latauspisteiden lisääminen nousi myös esiin.

Muihin jaoteltuihin kategorioihin saatiin vain muutamia tai yksittäisiä vastauksia. Energiatehokkuus ja uusiutuvien energiamuotojen lisääminen nousi esiin neljässä vastauksessa. Palveluiden esteettömyys ja erityistarpeiden huomiointi mainittiin kahdessa vastauksessa. Toisessa näistä toivottiin rakennusten ja reittien esteettömyyttä ja toisessa toivottiin erityisruokavalioiden parempaa huomioimista ravintolapalveluissa. Eläimet huomioitiin vain yhdessä vastauksessa ja siinä toivottiin porojen hyvinvoinnin huomioimista. Lisäksi, vaikka jätehuoltoon ja kierrätykseen liittyviä vastauksia oli suhteellisen paljon, roskaamisen estäminen mainittiin vain yhdessä vastauksessa.

Eri kategorioihin jaoteltujen vastausten lisäksi oli joitakin vastauksia, joissa ei oltu suoranaisesti vastattu kysymykseen. Nämä vastaukset, joissa ei ollut esitettyä ajatuksia, ideoita tai toiveita matkakohteen kestävyuden kehittämiseen liittyen, jätettiin tarkastelun ulkopuolelle. Jaoteltujen vastausten perusteella huomattavasti eniten nousi esiin siis viestintään ja ohjeistukseen sekä jätehuoltoon ja kierrätykseen liittyvät seikat.

6.3. Havainnoinnin tulokset

Havainnointi aloitettiin Rukan kävelykylästä, joka on Ruka-Kuusamon alueen tärkeä ja vilkas matkailukeskittymä. Rukan kävelykylässä oli havaittavissa monia matkailijoille suunnattuja kylttejä ja tauluja. Näistä monet olivat alueen erilaisia kartoja, jotka sisälsivät tietoa esimerkiksi Rukan rinnealueesta ja sauvakävelyreiteistä. Kävelykylässä oli havaittavissa paljon ohjeistuksia koronavirukseen ja sen leviämisen ehkäisemiseen liittyen. Näiden lisäksi oli nähtävillä Metsähallituksen 'Koiraretken muistilista', jossa oli toimintaohjeita kansallispuistossa koiran kanssa liikkumiseen. Muita matkailijoille suunnattuja käyttäytymisohjeistuksia tai vastuullisuustietoutta ei ollut havaittavissa.

Kävelykylässä sijaitsee myös alueen matkailuinfo, eli Ruka Info, jossa oli nähtävissä ja saatavissa mukaan otettavaksi erilaisia alueen karttoja sekä esitteitä. Kävelykylässä oli suhteellisen paljon roska-astioita, mutta kierrätysmahdollisuudet olivat melko vähäiset. Maassa oli jonkin verran maahan heitettyjä tupakkatuotteita sekä muutama roska, mutta muuten kylän yleisilme oli siisti.

Havainnointi jatkui Rukan kävelykylästä Rukan ympärysreitille ja Valkeaisenvaaralle johtavalle reitille. Reittien varrella oli joitakin karttoja ja ohjeistuksia, mutta esimerkiksi maastopyöräilyn suhteen ohjeistukset olivat puutteelliset. Lisäksi monet kyltit olivat repaleisia, auringon polttamia ja vanhan näköisiä. Reittien varrella oli joitakin kohtia, joissa oli maastopyöräilystä aiheutunutta huomattavaa maaston kulumista, ja reittien merkeistä tai ohjeistuksista ei selvinnyt oliko näillä alueilla maastopyöräily sallittua.

Oulangan luontokeskuksen ja sen ympäristön sekä Kiutakönkään kautta kulkevan Könkään keino -reitin osalta havainnot olivat melko myönteisiä. Havainnoinnin ajankohtana alueella järjestettiin Villifestivaali -tapahtuma, joka saattoi osittain myös vaikuttaa tehtyihin havaintoihin. Oulangan luontokeskuksella oli havaittavissa paljon erilaisia karttoja sekä ohjeistuksia luonnossa ja kansallispuistossa liikkujalle. Erityisesti Metsähallituksen Retkietiketti oli hyvin esillä, ja siihen liittyen oli mahdollista osallistua arvontaan vastaamalla Retkietikettiä koskeviin kysymyksiin. Ohjeistuksia oli myös paljon koronavirukseen ja sen leviämisen ehkäisemiseen liittyen. Lisäksi oli ohjeistuksia liittyen koiran kanssa liikkumiseen ja kuinka porojen läheisyydessä tulisi toimia.

Könkään keino -reitien varrella oli useita karttoja ja hyvät opasteet retkeilijöille. Reitien varrella oli useita kylttejä, joissa oli lyhyitä infotekstejä muun muassa alueen historiaan, kulttuuriin ja kasvillisuuteen liittyen. Reitien varrella oli havaittavissa jonkun verran merkityn reitin ulkopuolelle meneviä polkuja. Reitillä ei näkynyt roskia, mutta toisaalta on myös mahdollista, että Villifestivaalin järjestäjät ovat voineet niitä mahdollisesti kerätä, mikäli roskia on ennen tapahtumaa siellä ollut. Festivaalin osalta koronavirus oli huomioitu hyvin, sillä käsidesiä oli monin paikoin tarjolla ja festivaalikävijät näyttivät noudattavan hyvin turvavälejä.

Konttaisen kuhaus ja Sinipyörstön pyrähdys -reitit lähtevät molemmat Konttaisen juurelta, jossa on infotaulu retkeilijöitä varten. Infotaulu oli melko suppea, sillä siinä oli vain pari karttaa ja perustietoa Oulangan kansallispuistosta. Lisäksi oli roskaton retkeily -kyltti ja pyöräilyn kieltävä kyltti, mutta ei muita ohjeita luonnossa liikkujalle. Kummankaan reitin

varrella ei ollut juuri roskia havaittavissa paria paperimyttyä ja muutamaa tupakantumppia lukuun ottamatta. Tämä voi toisaalta johtua siitä, että reitit ovat vähemmän tunnettuja ja suosittuja, ja ettei kummankaan reitin varrella ole kotaa tai laavua, joiden läheisyydessä usein roskia saattaa olla. Toisaalta Konttaisen huipulta löytyi nuotion jäänteet, vaikka siellä ei virallista tulentekopaikkaa ole.

Pieni karhunkierros on yksi Suomen suosituimmista päivävaellusreiteistä ja myös havainnointipäivänä siellä oli huomattavan paljon retkeilijöitä. Reitin lähtöpisteellä oli melko vähäiset ohjeistukset reitillä liikkujalle, mutta reitin varrella ohjeistuksia oli hieman enemmän. Osa ohjetauluista ja -kylteistä oli kuitenkin vanhahkon näköisiä ja esimerkiksi retkietikettiä tai ohjeistusta koiran kanssa liikkujalle ei näkynyt missään. Reitin varrella oli lukuisia roskattomasta retkeilystä ohjeistavia kylttejä, mutta siitä huolimatta reitin varrelta löytyi maasta joitakin muoviroskia ja paljon tupakantumppeja, vessa- ja talouspaperin palasia sekä kosteuspyyheitä. Lisäksi reitin varrella oli pariin otteeseen kylttejä, joissa kiellettiin merkityltä reitiltä poistuminen, mutta havaittavissa oli paljon maaston kulumista merkityn reitin ulkopuolella ja lukuisia reitiltä poikkeavia polkuja. Muita näkyviä jälkiä näkyi taukopaikoilla, joissa rakennuksiin ja muihin rakenteisiin oli tehty paljon kaiverruksia ja muita merkintöjä. Lisähuomiona retkeilijöiden omaan turvallisuuteen ja retken sujuvuuteen liittyen, muutama retkeilijä vaikutti olevan melko heppoisin varustein liikkeellä.

Pyhän jyssäys -reitillä ja reitin alkupisteen läheisellä Pirunkirkon parkkialueella ohjeistukset olivat hyvin puutteelliset. Reitin lähtöpisteessä, jonne oli huonot opasteet, oli ainoastaan kolme karttaa, eikä minkäänlaisia ohjeita alueella liikkujalle. Pirunkirkon parkkialueella oli ainoastaan talviliikkujille suunnattu Rukan latukartta ja vanhan näköinen latuohjeistus. Reitin varrella oli pari pyöräilyn kieltävää kylttiä, mutta reitillä oli lähes koko matkalta nähtävissä merkkejä pyöräilystä ja useissa kohdissa oli havaittavissa huomattavaa maaston kulumista. Ohjeistuksen vähäisyydestä johtuen oli epäselvää, onko pyöräily kielletty koko reitillä vai vain joillakin reitin osilla. Reitin varrella sijaitsevalla tulipaikalla ja kodalla oli myös vähäiset ohjeistukset. Kodassa oli ohjeistus kodan käyttäjälle, mutta huomattavaa oli, että vastoin ohjeistusta, kodasta viimeksi lähtenyt ei ollut sammuttanut tulta. Taukopaikan infotaulussa oli hyvin lyhyt maininta siitä, että alue on suojeltua ja alueella tulisi kulkea vain merkityjä reittejä pitkin. Lisäksi oli maininta siitä, että alue on roskattoman retkeilyn kohde ja roskat tulee viedä mennessään. Toisaalta taukopaikalla oli sekä kodassa että ulkona roskikset, mikä on ristiriidassa roskattoman retkeilyn periaatteiden

kanssa. Reitin varrelta ja Pirunkirkon parkkipaikalta löytyi useita roskia ja paljon vessa- ja talouspaperin palasia sekä kosteuspyyheitä. Lisäksi nuotiopaikan viereisistä koivuista oli revitty tuohta tulentekoa varten.

Valtavaaran huiputus -reitti on suosittu päiväretkikohde, jonka kautta myös Karhunkierros kulkee. Reitti lähtee Saaruan parkkialueelta, jossa on infotaulu reitille lähtijöille. Taulussa on lyhyesti tietoa reitistä, kolme erilaista alueen karttaa ja roskaton retkeily -kyltti. Maastopyöräilykartan ohessa on tietoa siitä, millä osuudella reitistä on sallittua ajaa maastopyörällä, mutta ohjeistus ei selkeästi ollut riittävä, sillä havainnointiaikana kaksi eri seuruetta pyöräili kielletyllä alueella. Sallitun alueen päättyessä ei tosin ollut pyöräilyä kieltävää kylttiä, joten seurueet olivat todennäköisesti epätietoisia kiellosta. Toinen seurueista ihmetteli ääneen reitin haastavuutta (tarkoittaen osaa missä pyöräily oli kielletty) ja havaitsi pyöräilyn kieltomerkin vasta poistuessaan reitiltä. Reitin osuudella, jossa pyöräily oli sallittu, oli havaittavissa paljon pyöräilystä aiheutunutta maaston kulumista, etenkin kohdissa, joissa oli pitkospuut. Tosin, pitkospuut olivat paikoin todella huonossa kunnossa, joten niitä pitkin ajaminen olisi ollut mahdotonta, vaikka reitin ohjeistuksen mukaan osa reitistä kulkee pitkospuita pitkin.

Valtavaaran päivätuvalla oli sekä suomeksi että englanniksi tupakansio, jossa oli hyvin kattavasti ohjeita ja tietoa esimerkiksi tuvan käyttöön ja alueella liikkumiseen liittyen. Toisaalta kansiossa oli useita sivuja tekstiä, joten todennäköisesti harva pikaiseltaan tuvalla pysähtyvä sitä ehtii lukemaan. Lisäksi tuvan ohjeistuksissa oli vanhentunutta ja ristiriitaista tietoa esimerkiksi kamiinan ja koirien kanssa toimimisen osalta. Valtavaaran reitillä ja Saaruan parkkialueella havaittiin kaikista havaintokohteista eniten roskaamista. Reitin varrelta löytyi useita muoviroskia, paljon vessa- ja talouspaperin palasia, kosteuspyyhkeitä sekä eräältä taukopaikalta pulloja ja tölkkejä. Reitin varrelta oli havaittavissa myös merkkejä muusta ympäristölle haitallisesta toiminnasta, kuten lukuisia merkityltä reitiltä poikkeavia polkuja ja koivuja, joista oli revitty tuohta. Valtavaaran huiputus -reitillä tehtyjä havaintoja on esitetty kuvassa 8.



Kuva 8. Valtavaaran huiputus -reitillä tehtyjä havaintoja

Ruka-Kuusamon alueen eri kohteissa tehdyt havainnot tukevat monin osin haastatteluissa ilmi käyneitä seikkoja matkailijoiden toimintaan liittyen. Havainnoinnissa ilmi käyneet seikat liittyvät enimmäkseen ekologiseen kestävyyteen, mutta myös joitakin sosiaaliseen kestävyyteen ja turvallisuuteen liittyviä seikkoja kävi ilmi. Merkkejä ympäristölle haitallisesta toiminnasta oli havaittavissa kaikissa havaintokohteissa, joskin joissakin huomattavasti enemmän kuin muualla. Erityisesti roskaaminen nousi esiin havaintoja tehdessä, ja myös matkailuyrittäjien haastatteluissa yli puolet haastateltavista kertoi havainneensa roskaamista. Ympäristölle haitallisesta toiminnasta merkkejä havaittiin erityisesti Pienen karhunkierroksen sekä Valtavaaran huiputus ja Pyhän jyssäys -reittien osalta. Syynä tähän voi olla se, että reitit ovat hyvin suosittuja ja melko helppokulkuisia, vetäen puoleensa hyvin monenlaisia retkeilijöitä. Osa retkeilijöistä voi olla hyvinkin

kokemattomia ja jopa ensimmäistä kertaa vastaavanlaisella retkellä. Näin ollen myöskään tiedot, taidot ja tavat retkeilyyn ja luonnossa liikkumiseen liittyen eivät välttämättä ole vielä hyvin hallussa. Tästä syystä olisikin tärkeää, että reittien varrella ja lähtöpisteissä olisi hyvät ohjeistukset reitillä liikkujalle.

Havainnoinnin perusteella ohjeistuksia retkeilijöille kyllä oli jonkin verran, mutta oli myös suuria puutteita ja suuria eroavaisuuksia eri kohteiden välillä. Esimerkiksi Oulangan luontokeskuksella ja Könkään keino -reitillä, missä havaintoja haitallisesta toiminnasta tehtiin vain vähän, retkeilijöille suunnatut ohjeistukset olivat melko kattavat, kun taas Pyhän jyssäys -reitillä ohjeistukset olivat olemattomat ja merkkejä haitallisesta toiminnasta oli havaittavissa runsaasti. Ohjeistusten määrällä ja laadulla vaikuttaisi havainnointiotoksen perusteella olevan jonkinasteinen yhteys negatiivisten havaintojen määrään. Havainnoinnin otoskoko on kuitenkin hyvin pieni ja havainnointi kussakin kohteessa on tapahtunut vain yhtenä päivänä, joten varsinaisia johtopäätöksiä ohjeistusten ja matkailijoiden käyttäytymisen välisestä suhteesta ei voida muodostaa.

Havainnoinnin perusteella kuitenkin ilmeni, että eri kohteiden välillä oli suuria eroavaisuuksia ohjeistusten määrässä ja laadussa. Mikäli alueen eri retkikohteissa olisi yhteneväiset ja tarpeeksi usein reittien aikana toistuvat ohjeistukset, jäisivät ne myös todennäköisesti paremmin retkeilijöiden mieleen. Tällä hetkellä ohjeistusten kirjo oli laaja ja retkeilijältä menisi huomattavan paljon aikaa niihin kaikkiin tutustumiseen. Osa kylteistä ja tauluista oli vanhan ja rispaantuneen näköisiä, mikä tuskin kannustaa retkeilijää lukemaan ja siten noudattamaan kyseistä ohjeistusta. Lisäksi viime aikoina nousseen maastopyöräilyn suosion osalta oli havaittavissa paljon merkkejä ympäristössä, ja siten olisi erityistä tarvetta paremmille ohjeistuksille alueella pyöräilyyn liittyen.

7. Yhteenveto ja johtopäätökset

Tässä osiossa tarkastellaan kokonaisuutena eri tutkimusmenetelmillä saavutettuja tuloksia ja vastataan tutkimuksen alussa esitettyihin tutkimuskysymyksiin. Tutkimuksen tuloksia peilataan myös teoreettiseen viitekehykseen ja eri aineistojen avulla saavutettuja tuloksia vertaillaan keskenään.

7.1. Matkailijoiden käyttäytyminen sekä kestävyys liittyvät asenteet, tiedot ja taidot

Kuten tutkimuksen teoriaosuudessa todettiin, kestävyys ja matkailijoiden käyttäytyminen ovat hyvin moninaisia käsitteitä ja sen takia tutkimuskysymyksen ’kuinka kestävästi LoNP -alueen matkailijat käyttäytyvät ja minkälaiset ovat matkailijoiden kestävyystiedot ja -taidot?’ osalta on haastavaa tehdä yksiselitteisiä johtopäätöksiä. Tämän tutkimuksen kannalta matkailijoiden kestävyyskäyttäytymistä arvioidaan matkailualan yrittäjien näkemysten ja käytännön kokemusten, matkailijoiden omien näkemysten sekä havainnointijakson aikana tehtyjen havaintojen perusteella. Matkailijoiden asenteita, tietoja ja taitoja kestävyys liittyen arvioidaan haastatteluissa ja kuluttajakyselyssä ilmenneiden seikkojen perusteella.

Matkailuyritysten haastattelujen perusteella kävi ilmi, että matkailijoiden kestävyyskäyttäytymisessä on monin osin kehitettävää, mutta oli myös osa-alueita missä käyttäytyminen koettiin hyvinkin myönteiseksi. Eniten myönteistä käyttäytymistä koettiin sosiaalisen, kulttuurisen ja taloudellisen kestävyys osalta. Ekologisen kestävyys ja turvallisuuden osalta matkailijoiden käyttäytymisessä oli eniten kehitettävää. Tätä tukee myös havainnoinnin tulokset. Etenkin pohjoisen luonnon olosuhteiden ja luonnossa liikkumisen osalta matkailijoiden tiedoissa ja taidoissa koettiin olevan puutteita. Myös muiden ihmisten ja eläinten kunnioitus sekä roskaaminen nousi vahvasti esiin vastauksissa. Haastatteluissa kuitenkin ilmeni useampaan otteeseen, että matkailijoiden kestävyyskäyttäytymisessä on tapahtunut muutosta myönteiseen suuntaan lähivuosien aikana ja, että matkailijoiden käyttäytymiseen oli pystytty yrityksen puolelta vaikuttamaan riittävällä ohjeistamisella. Lisäksi haastatteluista välittyi vahvasti viesti siitä, että matkailijoiden asenteet kestävyyttä ja vastuullisuutta kohtaan ovat pääasiassa hyvinkin myönteisiä.

Matkailijoiden omia näkemyksiä omasta käyttäytymisestään on jokseenkin haastavaa arvioida, sillä kyselyn kysymyksissä sitä ei kysytty suoraan. Jonkinasteisia päätelmiä voidaan kuitenkin tehdä sen perusteella minkä verran vastuullisuus ja kestävyys vaikuttaa valintoihin lomalla ja arjessa sekä joidenkin avoimissa vastauksissa ilmi nousseiden seikkojen perusteella. Matkailijoille vastuullisuus vaikutti arjessa tuotteita ja palveluita valitessa pääasiassa todella paljon tai melko paljon. Matkakohteessa yrityksen vastuullisuus merkitsi tuotteita ja palveluita valitessa keskimäärin huomattavasti vähemmän. Tätä voi selittää monet tekijät. Enemmistön mielestä vastuullisiksi profiloituneita yrityksiä oli matkakohteessa vain jonkin verran tai vähemmän. Myös vastuullisuudesta viestettiin

matkakohteen ja sen yritysten eri viestintäkanavissa enemmistön mielestä vain jonkin verran tai vähemmän. Tämä on osaltaan voinut vaikuttaa siihen, että yrityksen vastuullisuus on vaikuttanut matkakohteessa vähemmän kuin arjessa yleensä tai vastuulliseksi koetun yrityksen löytäminen on ollut haastavaa matkailijalle. Taustalla voi toisaalta olla myös se, että lomalla käyttäytyminen poikkeaa usein arkielämän käyttäytymisestä ja matkailijalla saattaa herätä niin kutsuttu 'loma on loma' mentaliteetti, kuten Barr ym. (2010) toteaa. Kuten Juvan & Dolnicar (2021) ovat todenneet, ympäristötietoinenkin matkailija voi lomaillessaan olla valmis tekemään ympäristöä kuormittavia tekoja ja valintoja.

Kuluttajakyselystä ja etenkin avointen vastausten osalta välittyi kuitenkin matkailijoiden kiinnostus vastuullisuutta ja kestävyyttä kohtaan. Huomattavaa on, että kehitysideoita pyydetessä eniten vastauksissa toistui viestinnän ja ohjeistamisen tarve. Voi siis olla, että matkailualan yrityksissä koettu kielteinen käyttäytyminen on ainakin osittain johtunut tiedon puutteesta. Avoimien vastusten osalta huomioitavaa on myös se, että niissä nousi roskaamisen estäminen ja eläinten hyvinvointi vain kertaalleen esiin. Yritysten haastatteluisissa roskaaminen nousi esiin lukuisia kertoja ja myös eläinten kunnioittamiseen liittyvät seikat muutamaa otteeseen. Myös havainnoinnin osalta roskaaminen nousi vahvasti esiin kielteisenä käyttäytymisenä.

Kaikkiaan vaikuttaisi siis siltä, että matkailijoiden kestävyyskäyttäytymisen osalta on tarvetta kehitykselle. Matkailijoiden kestävyystiedoissa ja -taidoissa vaikuttaisi myös olevan parantamisen varaa. Matkailijoiden asenteet kestävyyttä kohtaan tosin oli pääasiassa hyvinkin myönteisiä ja aihe vaikuttaisi kiinnostavan yhä enenevissä määrin. Kiinnostus ja myönteinen asenne ovatkin avainasemassa tietojen ja taitojen kehityksen kannalta, jonka avulla todennäköisesti voidaan myös saavuttaa muutoksia käyttäytymisen osalta.

7.2. Tarve yhtenäiselle eettiselle ohjeistukselle LoNP -alueella

LoNP -alueen matkailijoille suunnattu eettinen ohjeistus on Gateway to Land of National Parks -hankkeen yksi suunnitelluista kestävästä matkailusta edistävistä toimenpiteistä. Ohjeistukselle on siis jo lähtökohtaisesti hankkeen toimenpiteitä suunnitellessa koettu olevan tarvetta. Ohjeistus on suunniteltu tulevan alueen yritysten vapaaseen käyttöön ja ohjeistuksen kohderyhmänä on alueen matkailijat. Tutkimuskysymyksen 'onko LoNP -alueella tarve yhtenäiselle eettiselle ohjeistukselle?' avulla tarvetta ohjeistukselle tarkastellaan tässä tapauksessa ohjeistuksen mahdollisten käyttäjien ja ohjeistuksen

kohderyhmän näkökulmasta. Lisäksi tarpeen arvioinnissa huomioidaan havainnoinnin osalta saavutetut tulokset.

Kuten edellisessä luvussa todettiin, LoNP -alueen matkailijoiden kestävyyskäyttäytymisessä, -tiedoissa ja -taidoissa on joiltakin osin tarvetta kehitykselle. Mutta kuten edellisessä luvussa myös todettiin, osa koetusta kielteisestä käyttäytymisestä voi johtua silkasta tiedon puutteesta. Eettinen ohjeistus voisi toimia eräänä keinona lisätä matkailijoiden tietoutta toivotusta ja ei-toivotusta käyttäytymisestä

Matkailijoiden kehitysideoissa nousi eniten tarve viestinnän ja ohjeistamisen lisäämiseen ja kehittämiseen. Yritysten ja matkakohteiden koettiin viestivän vastuullisuudesta kohtalaisen vähän eri viestintäkanavissa. Eettinen ohjeistus voisi olla yksi keino vastata viestinnän ja ohjeistamisen tarpeeseen sekä alueen yrityksissä että matkakohteessa yleisesti. Mikäli LoNP -alueen yhteinen eettinen ohjeistus olisi matkailijoiden nähtävillä monessa eri viestintäkanavassa ennen lomaa ja loman aikana, voisi se edesauttaa huomion kiinnittymistä ohjeistukseen ja siten viestin välittymistä matkailijoille. Haastatteluissa peräänkuulutettiin pariinkin otteeseen matkanjärjestäjien roolia matkailijoiden ohjeistamisessa. Mikäli matkanjärjestäjillä olisi käytössään valmis ohjeistus, joka on kohdennettu suoraan kohdealueelle, voisi kynnys ohjeistamiseen olla huomattavasti matalampi. Matkanjärjestäjän kautta ohjeistuksen välittäminen matkailijalle voisi tapahtua jo hyvissä ajoin ennen matkaa, jolloin myös matkailija hyötyisi ohjeistuksesta matkaan valmistautuessaan.

LoNP -alueen yhteisellä ohjeistuksella voisi lisäksi olla markkinoinnillista arvoa. Ohjeistuksessa voisi nostaa esiin alueen erityispiirteitä, kuten pohjoisuuteen liittyviä asioita, jotka matkailijoita kiinnostaa ja joista halutaan tietää lisää. Tämä voisi olla hyödyllistä myös siltä kannalta, että pohjoisuuden ja pohjoisen luonnon olosuhteiden osalta matkailijoiden tiedoissa ja taidoissa koettiin varsin paljon puutteita. Yhteneväinen ilme ja sisältö aluetta koskevilla ohjeistuksilla voisi auttaa myös välttämään tilannetta, jossa erilaisia ohjeistuksia on useita ja siten viesti ei ikään kuin löydä perille. Kuten Tepelus (2005) totesi ja havainnoinnissa kävi ilmi, ohjeistusten liian suuri määrä ja kirjavuus voi aiheuttaa hämmennystä ja olla lopulta jopa haitaksi.

Näiden seikkojen perusteella voidaan todeta, että LoNP -alueen yhteiselle matkailijoille suunnatulle eettiselle ohjeistukselle vaikuttaisi olevan tarvetta. Ohjeistuksen mahdollinen käyttäjäryhmä toivoi muutosta käyttäytymiseen, mihin ohjeistuksella siis pyritään, ja

ohjeistuksen kohderyhmä kaipasi lisää viestintää, mitä ohjeistus itsessään on. Kuten Mason (2005) toteaa, eettinen ohjeistus on niin sanotusti 'pehmeä' hallintakeino ja niin ollen se voisi toimia sopivan pehmeänä kommunikoinnin välineenä esimerkiksi matkailijoiden ja matkailuyritysten välillä.

7.3. Eettisen ohjeistuksen sisältöön ja luomiseen liittyvät huomiot

Mitä tulisi ottaa huomioon LoNP -alueen eettisen ohjeistuksen sisällössä ja luomisprosessissa? Kysymykseen ei ole olemassa yhtä yksiselitteistä vastausta, mutta matkailuyritysten esittämien toiveiden, ajatusten ja ideoiden sekä matkailijoiden näkemysten perusteella voidaan luoda raamit, mitä ohjeistuksen sisältöön ja luomiseen liittyen olisi ainakin hyvä huomioida LoNP -alueen kontekstissa.

Matkailuyritysten haastatteluissa viittä lukuun ottamatta kaikki jakoivat omia näkemyksiään ohjeistukseen liittyen. Toiveissa ohjeistuksen suhteen korostui, että sen tulisi olla riittävän lyhytlukuinen ja helposti sisäistettävissä, mitä myös Cole (2007) korostaa. Ohjeistuksen sävyn toivottiin olevan positiivinen, ja tätä puoltaa myös Malloyn ja Fennellin (1998) sekä Colen (2007) näkemykset. Ohjeistuksen julkaisukielien osalta toivottiin, että se toteutettaisiin resurssien puitteissa mahdollisimman monella kielellä. Eräs yrittäjä mainitsi haastattelussa, että usein omalla äidinkielellä viesti välittyy parhaiten.

Ohjeistuksen formaattiin liittyen esitettiin toiveita videomateriaalista. Eräs haastateltava myös sanoi, että ”Ohjeita pitäisi jotenkin muuten tuoda esille kuin, että niitä kirjoitellaan jonnekin seinille. Ymmärrys lähtee osallistamisesta tai esimerkistä.” Tämä voisi avata ovet niin sanotulle *edutainment* -tyyliselle toteutukselle, jossa yhdistyy opetuksellisuus ja viihteellisyys, kuten Öqvist ym. (2018) ovat esittäneet. Videomuotoiseen toteutukseen voisi tuoda myös visuaalisia elementtejä ja sillä voisi olla myös markkinoinnillista arvoa. Videoon olisi mahdollista tuoda esiin esimerkiksi alueen eri käyntikohteita tai vuodenaikoja, mikä voisi edistää Gateway to Land of Nationla Parks -hankkeen ympärivuotisuustavoitetta. Eräs haastateltava toivoi, että ohjeistus olisi ikään kuin kokoelma, josta voisi poimia yrityksen näkökulmasta tarpeelliset ohjeistukset käyttöön. Tämän toteutustavan etuna voisi olla se, että ohjeistus olisi mahdollista pitää lyhytlukuisena ja siten kynnys sen lukemiseen olisi matalampi.

Ohjeistusten sanomaan toivottiin nostoja erityisesti turvallisuuteen, pukeutumiseen, luonnossa toimimiseen, roskaamiseen ja eläinten läheisyydessä käyttäytymiseen liittyen. Lisäksi sekä haastatteluissa että kuluttajakyselyssä nousi esiin kierrätykseen ja lajitteluun liittyvät tarpeet ohjeistamisesta. Kansainvälisiä matkailijoita ajatellen voisikin olla hyödyllistä nostaa ohjeistukseen tieto pullojen ja tölkkien palautusjärjestelmästä, joka on monelle vieras asia. Tätä tukisi Fennelin ja Malloyn (2007) huomio siitä, että ohjeistuksen tulisi tarjota lukijalleen uutta ja merkityksellistä sisältöä. Ohjeistuksessa painotuksen toivottaisiin siis olevan ympäristöön ja turvallisuuteen liittyvissä seikoissa. Ohjeistuksen tarkoituksena on kuitenkin kehittää kestävyyttä kokonaisvaltaisesti, joten siihen on hyödyllistä liittää myös kulttuurisia, sosiaalisia ja taloudellisia aspekteja.

Näiden edellä mainittujen seikkojen perusteella voidaan luoda alustavat raamit ohjeistukselle yritysten toiveiden mukaan. Näiden raamien lisäksi ohjeistuksen sisällössä ja luomisen eri vaiheissa on tarpeen käyttää apuna eettisiin ohjeistuksiin liittyvää tutkimustietoa. Esimerkiksi päätökset siitä, onko ohjeistuksen lähestymistapa deontologinen vai teleologinen on hyvä perustaa tutkittuun tietoon. Lisäksi on tärkeää huomioida eettisten ohjeistusten osalta esitetty kritiikki, jota on esitelty tarkemmin luvussa 3. *Eettiset ohjeistukset*. Kritiikin osalta tulisi esimerkiksi huomioida, ettei ohjeistus olisi pelkkä markkinointityökalu tai luonteeltaan liian geneerinen (Fennell & Malloy, 2007), ja ettei sillä pyritäisi lisäämään matkailijoiden moraalista kuormaa ja virallistamaan tervettä järkeä (Butcher, 2005).

8. Pohdinta

Tässä tutkimuksessa saavutetut tulokset viittaavat siihen, että LoNP -alueen matkailijoiden käyttäytymisessä sekä tiedoissa ja taidoissa kestävyysliittymien on vielä kehitettävää ja että eettisen ohjeistuksen toteuttamiselle koetaan tarvetta. Tulosten perusteella luotiin myös alustavat raamit LoNP -alueen tulevan ohjeistuksen sisältöön ja luomiseen liittyen. Tutkimuksen tuloksia on jo, tätä tutkielmaa kirjoittaessa, hyödynnetty Gateway to Land of National Parks -hankkeen tiimoilta eettisen ohjeistuksen jatkokehittelyssä. Hankkeen puitteissa on syksyn 2020 aikana pidetty kaksi työpajaa, joissa on työstitetty ohjeistusta eteenpäin yhteistyössä alueen yrittäjien ja hankkeessa mukana olevien muiden toimijoiden kanssa. Työpajoissa työstitettiin muun muassa ohjeistuksen formaattiin, kieleen, sisältöön,

sanomaan, jakelukanaviin ja sävyyn liittyviä seikkoja. Työpajoissa keskustelun pohjana hyödynnettiin tässä tutkimuksessa saavutettuja tuloksia.

Työpajoissa nousi vahva kannatus ohjeistuksen toteuttamisesta videomuotoisena ja videototeutusta on sittemmin viety eteenpäin. Video ei ole vielä tätä tutkielmaa kirjoittaessa valmis, mutta sen toteutus tapahtuu todennäköisesti piirrosvideon muodossa. Videon lisäksi on päätetty toteuttaa tekstimuotoinen ohjeistus, jonka tueksi tulee videosta poimittuja still-kuvia. Ohjeistuksen tekstiosio on, tätä tutkielmaa kirjoittaessa, jo valmistunut ja siihen nostettiin monia tämänkin tutkimuksen tuloksissa ilmenneitä seikkoja ja huomioita. Työpajoissa kannatettiin myös ajatusta siitä, että video olisi mahdollista jakaa pienempiin osiin ohjeistusteemoittain. Tätä toteutusmallia on mahdollista tarvittaessa hyödyntää myös teksti-kuva ohjeistuksen osalta. Etuna tässä toteutuksessa olisi, että ohjeistamista voidaan kohdentaa ja informaation määrä pysyisi sopivana, mitä Cole (2007) pitää tärkeänä. Kaikissa ohjeistuksen osissa ilme ja tyyli pysyisi kuitenkin yhteneväisenä.

Ohjeistuksen toteuttaminen eri formaateissa ja se, että sitä on mahdollista jakaa osiin voi myös edistää jakelua. Huomattavaa on, että 81 % kuluttajakyselyyn vastanneista kertoi etsivänsä vastuullisuustietoa yhdestä tai useammasta eri lähteestä. Näistä lähteistä suosituimmat oli verkkosivut, sosiaalisen median kanavat ja paikan päällä matkakohteessa. Eri kanavissa toimii erilaiset formaatit ja toteutukset, joten näin voidaan mahdollistaa laajasti eri jakelukanavien hyödyntäminen.

LoNP -alueelle suunnatun eettisen ohjeistuksen tarkoituksena on edistää alueen kestäväää matkailua. Ohjeistuksen osalta on pyritty siihen, että siitä tulisi hyödyllinen työkalu alueen yrityksille ja matkakohteiden organisaatioille. Sen avulla pyritään myös vastaamaan matkailijoiden toiveeseen viestinnän ja ohjeistamisen lisäämisestä ja pyrkimyksenä on, että sillä olisi opetuksellista arvoa kohderyhmälle. Ohjeistuksen tehokkuutta on toki tässä vaiheessa käytännössä mahdotonta arvioida, sillä sitä ei ole vielä julkaistu. Voidaan kuitenkin todeta, että luomisprosessissa on huomioitu ohjeistusten tehokkuuteen liittyvää, joskin hyvin vähäistä, tutkimustietoa ja pyritty välttämään niin sanottuja sudenkuoppia. Ohjeistuksen tehokkuuden selvittäminen olisikin erittäin tärkeä jatkotutkimuksen aihe. Jatkotutkimukselle olisi tarvetta jo pelkästään sen takia, että eettisten ohjeistusten tehokkuudesta on edelleen olemassa hyvin vähän tutkimustietoa kuten muun muassa Mason (2008) sekä Fennell ja Malloy (2007) ovat todenneet.

Vaikka LoNP -alueen eettistä ohjeistusta ei ole vielä julkaistu ja sen tehokkuutta kestävän matkailun edistämisessä ei voida mitata, voidaan kuitenkin todeta, että jo sen luomisen eri vaiheissa on voitu ottaa pieniä askelia kohti kestävämpää matkailua. Eettisen ohjeistuksen luomisessa on pariinkin otteeseen osallistettu alueen yrittäjiä haastattelujen ja työpajojen muodossa. Osallistamisella on saatu yrittäjien mielipiteet ja näkemykset kuuluviin ohjeistuksen toteuttamiseen liittyen. Osallistaminen on myös edistänyt omalta osaltaan dialogin syntymistä yritysten ja hanketoimijoiden välille, minkä tärkeyttä esimerkiksi Cole (2007) korostaa. Osallistuminen ohjeistuksen luomiseen on myös voinut herättää yritysten osalta kiinnostusta valmista ohjeistusta kohtaan ja siten sen käyttöönottaminen yrityksissä voi olla todennäköisempää.

Luomisprosessissa myös matkailijoiden näkemyksien huomioiminen on ollut tärkeää ja sen avulla on saavutettu arvokasta tietoa alueen matkailijoiden suhteesta kestävyys-tyteen. Kuluttajakyselyn tuloksia voidaan ja tullaan todennäköisesti hyödyntämään myös muissa kestävyys-tyden edistämiseen pyrkivissä toiminissa. Matkailijoiden kehitysideoissa oli nostettu esiin monia tärkeitä seikkoja ja etenkin niissä toistuneet samat teemat kertovat vahvaa sanomaa LoNP -alueen kehitystarpeista.

Tutkimuksen osalta voisi siis sanoa, että sen avulla saavutettiin LoNP -alueen eettisen ohjeistuksen luomista varten oleellista tietoa. Tutkimuksen avulla saavutettua tietoa on jo hyödynnetty ohjeistuksen luomisen jatkovaiheissa, ja tiedot ovat osoittautuneet monin osin hyödyllisiksi. Tutkimuksen osalta täytyy ottaa kuitenkin huomioon, että tutkimuksen tulosta voi vääristää se, ettei haastattelujen ja kuluttajakyselyn otannat olleet satunnaistettuja, mikä vaikuttaa myös tutkimuksen toistettavuuteen. Haastatteluihin pyydettiin ennalta valikoituja yrityksiä, joiden koettiin olevan edes jossain määrin kiinnostuneita kestävyys-tydestä ja vastuullisuudesta. Haastatteluissa ilmenikin, että kaikissa yrityksissä oli kiinnitetty huomiota kestävyys-tyteen ja tehty toimia sen edistämiseksi. Tämä voi mahdollisesti vaikuttaa tuloksiin esimerkiksi siten, että yrityksen omat kestävyys-tytoimet ovat vaikuttaneet asiakkaan käyttäytymiseen tai, että yrityksen asiakkaiksi hakeutuu lähtökohtaisesti kestävyys-tydestä kiinnostuneita asiakkaita. Toisaalta kiinnostus kestävyys-tyteen yrityksen puolelta on voinut vaikuttaa myös siten, että kielteiseen käyttäytymiseen on kiinnitetty herkemmin huomiota. Kuluttajakyselyn osalta vääristymää on voinut aiheutua siitä, että lähtökohtaisesti kyselyyn vastaaminen on todennäköisesti kiinnostanut enemmän kestävyys-tydestä ja vastuullisuudesta kiinnostuneita henkilöitä. Kyselyn ohessa oli myös maininta arvonnasta mikä on saattanut joidenkin osalta vaikuttaa kyselyyn vastaamiseen.

Kuluttajakyselyn osalta on toisaalta esitetty jo ajatuksia sen toistamisesta uudelleen myöhempänä ajankohtana, mikä olisi mielenkiintoista, etenkin jos eettinen ohjeistus on siihen mennessä saatu jo jalkautettua alueelle.

Tutkimuksen osalta täytyy myös huomioida eettisten ohjeistusten saama laaja kritiikki. Fennell ja Malloy (2007) ovat esittäneet kritiikkiä siitä, ovatko eettiset ohjeistukset vain markkinointityökaluja tai jopa viherpesua. LoNP -alueen ohjeistuksen osalta on ollut vahva pyrkimys siihen, että se olisi aidosti hyödyllinen työkalu alueen yrittäjille ja muille matkailutoimijoille ja että sillä olisi opetuksellista arvoa kohderyhmälle. Malloy ja Fennell (1998) nostivat myös esille sen, että suurin osa ohjeistuksista oli deontologisia eettiseltä lähestymistavaltaan, vaikka heidän mukaansa sääntöutilitaristinen lähestymistapa palvelisi ohjeistusten tarkoitusta paremmin. Tämä on pyritty huomioimaan LoNP:in ohjeistuksen sisällössä ja muotoilussa. On pyritty siihen, että lukija tietäisi, miksi kyseisellä tavalla kuuluisi toimia. Malloy ja Fennell (1998) ovat lisäksi kritisoineet ohjeistusten olevan usein liian geneerisiä ja ettei ne tarjoa tarpeeksi informaatiota. LoNP -alueen ohjeistuksessa tämä on pyritty välttämään nostamalla ohjeistukseen konkreettisia ja alueelle ominaisia seikkoja. Informaation oikean määrän määrittäminen osoittautui jossain määrin haasteelliseksi ohjeistuksen sisältöä laatiessa, mikä toisaalta oli odotettavissa Colen (2007) näkemyksiin perustuen. Tämän osalta päädyttiin lopulta ratkaisuun, että ohjeistuksen oheen liitetään lista tarpeellisista linkeistä, joista informaatiota saa halutessaan tai tarvitessaan lisää. Malloy & Fennell (1998) sekä Mason & Mowforth (1996) esittävät haasteeksi myös ohjeistuksen käyttöönoton ja tehokkuuden seurannan. LoNP:in ohjeistuksen käyttöönotosta ei ole tätä tutkielmaa kirjoittaessa vielä tarkkaa tietoa. Käyttöönottoa ja jakelua voi kuitenkin edistää se, että ohjeistuksen luomisessa on osallistettu alueen yrittäjiä, joiden kiinnostus ohjeistusta kohtaan on sitä myöten voinut nousta. Ohjeistuksen tehokkuudesta ei tätä kirjoittaessa ole myöskään tietoa ja sen suhteen olisikin tarvetta tuleville seurantatoimenpiteille ja jatkotutkimukselle.

Tämän tutkimuksen avulla on tehty selvitystyötä LoNP -alueen matkailijoille suunnattua eettistä ohjeistusta varten. Selvitystyössä on pyritty kartoittamaan edellytykset toimivalle eettiselle ohjeistukselle ja luomaan mahdollisimman hyvä pohja ohjeistuksen laatimiselle. Ohjeistuksen osalta jatkotoimenpiteet tapahtuvat Gateway to Land of National Parks -hankkeen tiimoilta. Ohjeistuksen todelliset vaikutukset jäävät vielä nähtäväksi, mutta oletuksena on, että huolella suunniteltu ja luotu eettinen ohjeistus voi olla osa matkailun kestävyuden edistämistä matkakohhteessa.

9. Lähteet

- Adido, T. O. (2018). Transplant Tourism: An International and National Law Model to Prohibit Travelling Abroad for Illegal Organ Transplants
- Arctic Human Development Report. (2004). Arctic human development report. Akureyri: Arctic Council, Stefansson Arctic Institute.
- Barr, S., Shaw, G., Coles, T. & Prillwitz, J. (2010). 'A holiday is a holiday': Practicing sustainability, home and away. *Journal of transport geography*, 18(3), 474-481. <https://doi.org/10.1016/j.jtrangeo.2009.08.007>
- Silvennoinen, H., Tahvanainen, L. & Tyrväinen, L. (1997) Matkailu, maaseutu ja ympäristö. Teoksessa Joensuun yliopisto. Kestävä matkailukehitys, Matkailualan verkostoyliopisto, Borg, P. & Condit, S. (toim.). Kestävä matkailu. Matkailun osaamiskeskus, Joensuun yliopisto: Matkailualan verkostoyliopisto.
- Buckley, R. & Mossaz, A. (2015). Hunting tourism and animal conservation. *Animal conservation*, 18(2), 133-135. <https://doi.org/10.1111/acv.12204>
- Butcher, J. (2005). The moralisation of tourism. New York: Routledge
- Butler, R. W. (1998) Sustainable tourism-looking backwards in order to progress? Teoksessa Hall, C. M., & Lew, A. A. (toim.): *Sustainable tourism: A geographical perspective*. pp. 25-34 Harlow: Longman.
- Butler, R. W. (1999). Sustainable tourism: A state-of-the-art review. *Tourism geographies*, 1(1), pp. 7-25. doi:10.1080/14616689908721291
- Burns, G. L., & Granquist, S. M. (2014). Codes of conduct: managing interactions between visitors and wildlife in natural areas. In *The 7th International Conference on Monitoring and Management of Visitors in Recreational and Protected Areas: Local Community and Outdoor Recreation (Vol. MMV 7 - Proceedings, pp. 80–81)*. Tallin, Estonia: University of Tartu.
- Creswell, J. W. k. & Plano Clark, V. L. (2018). Designing and conducting mixed methods research (Third edition.). SAGE Publications, Thousand Oaks.
- Cole, S. (2007). Implementing and evaluating a code of conduct for visitors. *Tourism Management*, 28(2), pp. 443-451. doi:10.1016/j.tourman.2006.03.010
- Dolnicar, S. & Grün, B. (2009). Environmentally Friendly Behavior: Can Heterogeneity Among Individuals and Contexts/ Environments Be Harvested for Improved Sustainable Management? *Environment and behavior*, 41(5), 693-714. <https://doi.org/10.1177/0013916508319448>
- Doran, R., Hanss, D. & Larsen, S. (2017) Intentions to make sustainable tourism choices: do value orientations, time perspective, and efficacy beliefs explain individual

differences?, *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 17:3, 223-238, DOI:10.1080/15022250.2016.1179129

Dubois, G. (2000). Codes of conduct, charters of ethics and international declarations for a sustainable development of tourism. www.tec-conseil.com/docsPDF/ttra.PDF

Fennell, D. A. (2006). *Tourism ethics*. Channel View Publications.

Fennell, D. A., & Malloy, D. C. (2007). *Codes of ethics in tourism : Practice, theory, synthesis*. Clevedon: Channel View Publications.

Gateway to Land of National Parks (2020). Metsähallitus. 20.02.2021. <https://www.metsa.fi/projekti/gateway-to-land-of-national-parks/>

Getz, K. A. (1990). International Codes of Conduct: An Analysis of Ethical Reasoning. *Journal of business ethics*, 9(7), 567-577. <https://doi.org/10.1007/BF00383212>

Glasson, J., Godfrey, K., Goodey, B., Absalom, H., & Borg, J. v. d. (1995). *Towards visitor impact management : Visitor impacts, carrying capacity and management responses in europe's historic towns and cities*. Aldershot: Avebury.

Gössling, S., Scott, D., Hall, C. M., Ceron, J. & Dubois, G. (2012). Consumer behaviour and demand response of tourists to climate change. *Annals of tourism research*, 39(1), 36-58. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.11.002>

Gössling, S., Hall, C. M. & Scott, D. (2015). *The Routledge handbook of tourism and sustainability*. Abingdon, Oxon: Routledge.

Hall, C. M., Gössling, S. & Scott, D. (2015). The evolution of sustainable development and sustainable tourism. Teoksessa Gössling, S., Hall, C. M. & Scott, D. (toim.): *The Routledge handbook of tourism and sustainability*. pp. 15-34. Abingdon, Oxon: Routledge.

Hall, C. M., Scott, D. & Gössling, S. (2013). The Primacy of Climate Change for Sustainable International Tourism. *Sustainable development (Bradford, West Yorkshire, England)*, 21(2), pp. 112-121. doi:10.1002/sd.1562

Hall, C. M. (2010) *Tourism and Environmental Change in Polar Regions Impacts, climate change and biological invasion*. Teoksessa: Hall, C. M. & Saarinen, J. (toim.) *Tourism and Change in Polar Regions: Climate, Environments and Experiences*.

Hall, C. M. & Saarinen, J. (2010a). *Tourism and Change in Polar Regions: Climate, Environments and Experiences*. <https://doi.org/10.4324/9780203851807>

Hall, C. M., & Saarinen, J. (2010b). Polar tourism: Definitions and dimensions. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 10(4), 448–467.

- Hall, C. M., & Lew, A. A. (1998). *Sustainable tourism: A geographical perspective*. Harlow: Longman. Retrieved from <https://oula.finna.fi/Record/oy.996980963906252>
- Hall, C. M. (2019). Constructing sustainable tourism development: The 2030 agenda and the managerial ecology of sustainable tourism. *Journal of sustainable tourism*, 27(7), pp. 1044-1060. doi:10.1080/09669582.2018.1560456
- Hall, C. M., Müller, D. K., & Saarinen, J. (2009). *Nordic tourism: Issues and cases*. Bristol: Channel View Publications.
- Hall, C. M., & Page, S. J. (2006). *The geography of tourism and recreation: Environment, place and space* (3rd ed ed.). London: Routledge.
- Hall, C. M. (2000). *Tourism planning: Policies, processes and relationships*. Harlow: Prentice Hall.
- Hamelin, L-E. (1979) *Canadian Nordicity: It's Your North, Too*. Montreal: Harvest House.
- Hankesuunnitelma: Kuusamon lentokentän vaikutusalueen matkailun kehittäminen (2019) Koillis-Suomen kehittämisyritys Naturpolis Oy.
- Johnson, R. B. & Onwuegbuzie, A. J. (2004). Mixed Methods Research: A Research Paradigm Whose Time Has Come. *Educational researcher*, 33(7), 14-26. <https://doi.org/10.3102/0013189X033007014>
- Juvan, E. & Dolnicar, S. (2014). The attitude–behaviour gap in sustainable tourism. *Annals of tourism research*, 48, 76-95. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2014.05.012>
- Juvan, E. & Dolnicar, S. (2021). The excuses tourists use to justify environmentally unfriendly behaviours. *Tourism management* (1982), 83,. doi:10.1016/j.tourman.2020.104253
- Kaján, E. & Saarinen, J. (2013). Tourism, climate change and adaptation: A review. *Current issues in tourism*, 16(2), 167-195. <https://doi.org/10.1080/13683500.2013.774323>
- Kehittämishankkeet (2021) Naturpolis Oy. Haettu 31.05.2021 <https://www.naturpolis.fi/fi/hankkeet/>
- Kolk, A. & van Tulder, R (2002) *International Codes of Conduct: trends, sectors, issues and effectiveness*. Department of Business-Society Management
- Korhonen, P. (2019). Gateway to Land of National Parks -hanke edistää matkailun kestävyttä, ympärivuotisuutta ja alueen tunnettavuutta. Teoksessa Takala K. & Järviluoma, J. (toim.): *Katsaus Business-osaamisalueen TKI-toimintaan 2019*, 30–33. Kajaanin ammattikorkeakoulu, Kajaanin ammattikorkeakoulun julkaisusarja B 98.

- Kosuri, M. D. & Jeglic, E. L. (2017). Child sex tourism: American perceptions of foreign victims. *The journal of sexual aggression*, 23(2), 207-221. <https://doi.org/10.1080/13552600.2016.1231350>
- Käyntimäärät maastossa (2019) Metsähallitus. ASTA-asiakastietojärjestelmä. Haettu 31.05.2021 https://www.metsa.fi/wp-content/uploads/2020/06/kayntimaarat_2019.pdf
- Lapin vastuullisen matkailun opas. House of Lapland. Haettu 8.3.2021 <https://www.lapland.fi/uploads/2020/06/91688d0d-vastuullisen-matkailun-opas-a4.pdf>
- L'Etang, J. (1992). A Kantian Approach to Codes of Ethics. *Journal of business ethics*, 11(10), 737-744. <https://doi.org/10.1007/BF00872305>
- Lofoten Code of Conduct. Haettu 8.3.2021 https://lofoten.info/sites/l/lofoten.info/files/lofotvettreglene_eng.pdf
- Lovelock, B. & Lovelock, K. (2013). *The ethics of tourism: Critical and applied perspectives*. Routledge.
- Maher, P. T. (2007). Arctic tourism: A complex system of visitors, communities, and environments. *Polar geography* (1995), 30(1-2), 1-5. <https://doi.org/10.1080/10889370701666507>
- Malloy, D. C. & Fennell, D. A. (1998). Codes of ethics and tourism: An exploratory content analysis. *Tourism Management*, 19(5), pp. 453-461. doi:10.1016/S0261-5177(98)00042-9
- Mason, P. (1997). Tourism Codes of Conduct in the Arctic and Sub-Arctic Region. *Journal of Sustainable Tourism*, 5(2), pp. 151-165. doi:10.1080/09669589708667282
- Mason, P. (2005). Visitor Management in Protected Areas: From 'Hard' to 'Soft' Approaches? *Current issues in tourism*, 8(2-3), 181-194. <https://doi.org/10.1080/13683500508668213>
- Mason, P. (2008). *Tourism impacts, planning and management* (2nd ed.). Elsevier/Butterworth-Heinemann.
- Mason, P. & Mowforth, M. (1996). Codes of conduct in tourism. *Progress in tourism and hospitality research*, 2(2), 151-167. <https://doi.org/10.1002/pth.6070020204>
- Oikarinen-Mäenpää, M. (2019) Kestävä matkailu Ruka-Kuusamon matkailuyrityksissä – kestävyiden käsityksistä toimiin, motivaatioihin ja haasteisiin. Pro gradu -tutkielma. Oulun Yliopisto, maantieteen tutkimusyksikkö. <http://jultika.oulu.fi/files/nbnfioulu-201903231357.pdf>

- Parsons, E. C. M. & Woods-Ballard, A. (2003). Acceptance of Voluntary Whalewatching Codes of Conduct in West Scotland: The Effectiveness of Governmental Versus Industry-led Guidelines. *Current Issues in Tourism*, 6(2), pp. 172-182. doi:10.1080/13683500308667950
- Payne, D. & Dimanche, F. (1996). Towards a code of conduct for the tourism industry: An ethics model. *Journal of Business Ethics*, 15(9), pp. 997-1007. doi:10.1007/BF00705578
- Ridanpää, R. (2012) Kansainvälisten matkanjärjestäjien rooli kestävässämatkailussa – tutkimusalueena Land of National Parks. Pro gradu -tutkielma. Oulun Yliopisto, maantieteen tutkimusyksikkö. <http://jultika.oulu.fi/files/nbnfioulu-202102121161.pdf>
- Rutty, M., Gössling, S., Scott, D. & Hall, C. M. (2015). The global effects and impacts of tourism: an overview. Teoksessa Hall, C. M., S. Gössling & D. Scott (toim.): *The Routledge handbook of tourism and sustainability*, 36–64. Routledge, Abingdon.
- Saamelaismatkailun eettiset ohjeet (2018) Sámediggi. Haettu 3.8.2021 <https://www.samediggi.fi/saamelaismatkailun-eettiset-ohjeet/>
- Saarinen, J. & Tervo, K. (2010) Sustainability and Emerging Awareness of a Changing Climate: The Tourism Industry's Knowledge and Perceptions of the Future of Nature-based Winter Tourism in Finland. Teoksessa: Hall, C. M. & Saarinen, J. (toim.) *Tourism and Change in Polar Regions: Climate, Environments and Experiences*. <https://doi.org/10.4324/9780203851807>
- Saarinen, J. & Varnajot, A. (2019). The Arctic in tourism: Complementing and contesting perspectives on tourism in the Arctic. *Polar geography* (1995), 42(2), 109-124. <https://doi.org/10.1080/1088937X.2019.1578287>
- Saarinen, J. (2014). Critical sustainability: Setting the limits to growth and responsibility in tourism. *Sustainability* 6(1) 1–17. <https://doi.org/10.3390/su6010001>
- Saarinen, J. (2006). Traditions of sustainability in tourism studies. *Annals of tourism research*, 33(4), pp. 1121-1140. doi:10.1016/j.annals.2006.06.007
- Schwartz, M. (2001). The Nature of the Relationship between Corporate Codes of Ethics and Behaviour. *Journal of business ethics*, 32(3), 247-262. <https://doi.org/10.1023/A:1010787607771>
- Shackley, M. (1998) Introduction. In M. Shackley (ed.) *Visitor Management: Case Studies from World Heritage Sites*. Oxford: Butterworth-Heinemann. pp. 1-9 <https://doi.org/10.1016/B978-0-7506-4783-0.50004-5>.
- Stonehouse, B., & Snyder, J. M. (2010). *Polar tourism: An environmental perspective*. Bristol, England; Buffalo: Channel View Publications.

- SVT (2018) Kuntien avainluvut. Haettu 31.5.2021
https://pxnet2.stat.fi/PXWeb/pxweb/fi/Kuntien_avainluvut/
- SVT (2019) Majoitustilasto. Helsinki: Tilastokeskus. Haettu 31.5.2021
<http://www.stat.fi/til/matk/>
- Swarbrooke, J. (1999). Sustainable tourism management. CABI.
- Swarbrooke, J., & Horner, S. (2007). Consumer behaviour in tourism (2. ed ed.). London: Butterworth-Heinemann.
- Tervo-Kankare, K. (2017) Kestävä Matkailu. Teoksessa Edelheim, J. & Ilola, H. (toim.) *Matkailututkimuksen avainkäsitteet*. Rovaniemi: Lapland University Press. s.235-240
- Tepelus, C. (2005). Aiming for sustainability in the tour operating business. *Journal Of Cleaner Production*, 13(2), pp. 99-107. doi:10.1016/j.jclepro.2003.12.018
- Tuomi, J. & Sarajärvi, A. (2018). Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi (Uudistettu laitos.). Kustannusosakeyhtiö Tammi.
- Träskelin, H., Louekari, O., Oikarinen-Mäenpää, M. & Tervo-Kankare, K. (2018). Land of National Parks. Kestävän matkailun opas. Oulun yliopisto ja Metsähallitus, Kuusamo.
- UNEP (1995) Environmental code of conduct for tourism. Paris, p. 37
<https://wedocs.unep.org/handle/20.500.11822/29224>
- UNEP & UNWTO (2005) Making Tourism More Sustainable - A Guide for Policy Makers, s.11-12 <https://sdt.unwto.org/content/about-us-5>
- UNWTO (1999). Global Code of Ethics. Haettu 8.3.2021 <https://www.unwto.org/global-code-of-ethics-for-tourism>
- UNWTO (2018) Tourism highlights 2017 edition. Haettu 8.3.2021 <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419029>
- UNWTO (2012) International Tourism Highlights, 2020 Edition, UNWTO, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284422456>.
- Vaughn, L. (2015). Doing ethics: Moral reasoning and contemporary issues (4th ed.). London: W. W. Norton & Company Ltd.
- Veal, A. J. (1997). Research methods for leisure and tourism: A practical guide (2. ed ed.). London: Pitman: in association with Institute of Leisure and Amenity Management.

- Vuoristo, K., & Vesterinen, N. (2001). *Lumen ja suven maa: Suomen matkailumaantiede*. Helsinki: WSOY. 345s.
- Whale Watching Code of Ethics (1997) Sea Watching Tours Haettu 13.03.2021
<http://www.seawatchtours.com/whale-watching-code-of-ethics.html>
- Weaver, D. (2011). Can sustainable tourism survive climate change? *Journal of sustainable tourism*, 19(1), 5-15. <https://doi.org/10.1080/09669582.2010.536242>
- World Commission On Environment and Development (1987). *Our Common Future*, Oxford, Oxford University Press.
- WTTC (2020) *Global economic impacts & trends 2020*. Haettu 10.03.2022
<https://wttc.org/Portals/0/Documents/Reports/2020/Global%20Economic%20Impact%20Trends%202020.pdf?ver=2021-02-25-183118-360>
- YK & WTO (1994) *Recommendations on Tourism Statistics*, United Nations Department for Economic and Social Information and Policy Analysis Statistical Division and World Tourism Organization, New York s. 5
- Öqvist, E., Granquist, S., Burns, G. & Anders Angerbjörn, G. (2018). Seal watching: An investigation of codes of conduct. *Tourism in Marine Environments*, 13(1), pp. 1-15. doi:10.3727/154427317X14964473293699

Liitteet

LIITE 1

Haastattelurunko:

1. Taustatiedot:

- Yrityksen nimi:
- Minkälaisia palveluita tai tuotteita yritys tarjoaa?
- Painottuuko yrityksen toiminta sesonkeihin?
 - Kyllä / ei
 - Jos kyllä, mihin?
- Minkä tyyppisiä matkailijoita yrityksen asiakkaat pääsääntöisesti ovat?
 -
- Onko yrityksessä kiinnitetty huomiota kestävyys-
- Kyllä / ei
 - Jos kyllä, millä tavoin?
- Onko alueen matkailualan yrityksille suunnattu kestävän matkailun opas tuttu?
 - Kyllä / ei
 - Jos kyllä, onko sitä hyödynnetty yrityksessä?
- Kerrotaanko yrityksessä kestävydestä matkailijoille?
 - Kyllä / ei
 - Jos kyllä, mitä ja millä tavoin? + miten reagoidaan?

2. Sosiaalinen kestävyys

Asiakkaiden käyttäytyminen:

- Onko matkailijoiden käytös aiheuttanut yritykselle haasteita?
 - Kyllä / ei
 - Jos kyllä, minkälaisia?
- Tukeeko matkailijoiden käyttäytyminen yrityksen omia kestävyyspyrkimyksiä/periaatteita (jos on maininnut niitä olevan)?
 - Kyllä / ei
- Oletko kohdannut tai havainnut epäkunnioittavaa tai välinpitämätöntä käytöstä matkailijoiden toimesta itseäsi tai muita paikallisia kohtaan? (esim. Valokuvaaminen ilman lupaa, meluhaitta)
 - Kyllä / ei

3. Kulttuurinen kestävyys

Paikalliskulttuurin arvostus:

- Ovatko matkailijat kiinnostuneita ja avoimia paikallista kulttuuria kohtaan?
 - Kyllä / ei
- Ovatko matkailijat avoimia paikallisia ruokia kohtaan?
 - Kyllä / ei
- Ovatko kiinnostuneita paikallisista tuotteista
 - Kyllä / ei

4. Taloudellinen kestävyys

Paikallistalouden tukeminen:

- Kokevatko matkailijat tuotteiden ja palveluiden paikallisuuden tärkeiksi?
 - Kyllä / ei
 - Jos kyllä, miten se näkyy?

5. Ekologinen kestävyys

Roskaaminen/jätteiden kierrätys:

- Oletko havainnut matkailijoiden jättävän roskia ympäristöön?
 - Kyllä / ei
- Noudattavatko matkailijat paikallisia kierrätys- ja lajitteluohjeita?
 - Kyllä / ei

Kulutus:

- (Majoitusalan yrityksille) Onko matkailijoiden kulutustottumuksissa, esimerkiksi ruoan-, veden- tai energiankulutuksen osalta, tarvetta muutokselle?
 - Kyllä / ei
- Jättävätkö paljon ruokaa syömättä? (ruokahävikki)
 - Kyllä / ei
- Käyttävätkö matkailijat tarvikkeita, kuten varusteet ja ruokailuvälineet, säästellen ja kunnioittavasti?
 - Kyllä / ei

Ympäristöhaitat:

- Oletko havainnut matkailijoiden toiminnassa jotain, josta aiheutuisi kielteisiä vaikutuksia alueen ympäristölle tai paikalliselle eläin- tai kasvikunnalle. (esim. Pysytäänkö merkityillä reiteillä, keräävätkö luonnosta materiaaleja, tulenteko, vessakäynnit)
 - Kyllä / ei

Luonnossa liikkuminen:

- Oletko havainnut puutteita matkailijoiden tiedoissa ja taidoissa luonnossa liikkumisen suhteen?
 - Kyllä / ei
 - Jos kyllä, esimerkkejä?

6. Turvallisuus:

- Oletko havainnut puutteita matkailijoiden tiedoissa ja taidoissa pohjoisen luonnon olosuhteisiin liittyen? (esim. Pukeutuminen, autoilu, sään ääriolosuhteet)
 - Kyllä / ei
- Oletko havainnut matkailijoiden toiminnassa jotain, joka vaarantaisi heidän itsensä, muiden ihmisten tai eläinten turvallisuutta? (esim. Kelkkailu, liikennekäyttäytyminen, alkoholi)
 - Kyllä / ei

7. Koonti/Tulevaisuusnäkökulma

- (Jos asiakkaiden käytös on aiheuttanut haasteita) Mistä haastava käytös voisi johtua?
 - Miten sitä voisi vähentää?
- Onko mielestäsi eri matkailijaryhmien välillä havaittavissa eroavaisuuksia kestävyystietojen ja -taitojen suhteen?
- Entä matkailukausien, ovatko haasteet erilaisia kesällä ja talvella?
- Olisiko jonkin edellä mainitun kestävyysosa-alueen osalta erityisesti tarvetta muutokselle? Minkä?

Mitä muita terveisiä haluaisit välittää alueen matkailijoille suunnattujen käyttäytymisohjeiden laatijoille?



Matkailun vastuullisuus Land of National Parks -alueen matkailukohteissa

Kiitos mielenkiinnostasi!

Tämä kysely on osa Land of National Parks -alueen matkailun kestävyyskehittämistä. Vastauksistasi saamme arvokasta tietoa, jonka avulla alueen matkakohteiden toimintaa voidaan kehittää. Vastaajien kesken arvotaan tuotepalkintoja.

Vastauksesi käsitellään luottamuksellisesti ja anonymiina.

Vain Oulun yliopiston tutkijaryhmä käsittelee aineistoa ja varmistaa vastausten anonymiuden. Muut hanketoimijat voivat hyödyntää anonymisoitua dataa alueellisia kehittämistoimenpiteitä suunnitellessaan.

Kyselyssä on 5 osiota, joihin vastaamiseen menee aikaa vain muutama minuutti. Kyselyn lopussa voit halutessasi tallentaa yhteystietosi, mikäli haluat osallistua kyselyn vastaajapalkintojen arvontaan.

Kysely toteutetaan [Matkailuyritykset kestäväälle kehityspolulle](#) ja [Gateway to Land of National Parks](#) -hankkeiden yhteistyönä.

Lisätietoja: projektipäällikkö Liisa Mäkelä, Naturpolis, liisa.makela@naturpolis.fi

Ennen kuin aloitat, voit perehtyä kyselyssä käytettyihin termeihin:

Kestävä kehitys on toimintaa, joka vastaa tämänhetkisen yhteiskunnan tarpeisiin vaarantamatta tulevien sukupolvien mahdollisuutta tyydyttää omia tarpeitaan.

Vastuullinen yritys toimii kestävä kehityksen mukaisesti. *Vastuullisuuden* osa-alueet: taloudellinen,

sosiaalinen, kulttuurinen sekä ekologinen vastuullisuus on huomioitu kaikessa toiminnassa mahdollisimman kokonaisvaltaisesti.

Hiilijalanjälki on tuotteen, toiminnan tai palvelun aiheuttama ilmastokuorma, eli kuinka paljon kasvihuonekaasuja (myös muita merkittäviä kuin hiilidioksidipäästöt) tuotteen tai toiminnan elinkaaren aikana syntyy. *Päästöjen kompensoinnilla* tarkoitetaan sitä, että kumotaan aiheutettu ilmastohaitta vähentämällä tai sitomalla omia päästöjä vastaava määrä jossain toisaalla, yleensä jonkun palveluntarjoajan kautta.



Tausta- ja yleiskysymykset

Termi vastuullisuus oli minulle ennestään tuttu

- ☐ Kyllä
- ☐ Ei

Matkakohteeni, johon liittyen täytän tätä kyselyä, on:

- ☐ Ruka-Kuusamo
- ☐ Taivalkoski
- ☐ Suomussalmi
- ☐ Posio
- ☐ Salla
- ☐ Syöte

Kyseisessä kohteessa toimitaan mielestäni kestävän kehityksen mukaisesti.

- ☐ Kyllä
- ☐ Ei
- ☐ En osaa sanoa

Montako päivää vierailuni alueella kestää tällä kertaa

- ☐ 1 päivän
- ☐ 2-3 päivää
- ☐ 4-5 päivää
- ☐ 6 päivää tai enemmän
- ☐ En ole juuri nyt alueella, vastaan aiemman matkani perusteella
- ☐ Suunnittelen vasta matkaa alueelle

Tausta- ja yleiskysymykset

valitse yksi tai useampi vaihtoehto tarpeen mukaan

Majoitun matkakohteessa oleskeluni aikana

- ☐ omassa mökissä
- ☐ vuokramökissä
- ☐ hotellissa tai muussa majoitusliikkeessä
- ☐ tuttavien tai sukulaisen luona
- ☐ olen päiväkävijä, en majoitu
- ☐ omassa majoitteessa (esim. telta tai caravan)

Matkustan

- ☐ yksin
- ☐ puolison kanssa
- ☐ perheen kanssa (puoliso ja lapset)
- ☐ ystävien kanssa
- ☐ työkaverien kanssa
- ☐ osana muuta seuruetta

Käytän matkakohteessa oleskeluni aikana seuraavia palveluita

- ☐ päivittäistavarakaupat ja huoltoasemat
- ☐ muut ostospaikat (esim. matkamuistomyymälät)
- ☐ ravintolapalvelut
- ☐ ohjelmapalvelut
- ☐ liikennepalvelut (esim. linja-auto tai taksi)
- ☐ muu palvelu, mikä

Viime käynnilläni matkakohteessa majoituin

- ☐ omassa mökissä
- ☐ vuokramökissä
- ☐ hotellissa tai muussa majoitusliikkeessä
- ☐ tuttavien tai sukulaisen luona
- ☐ olin päiväkävijä, en majoittunut
- ☐ omassa majoitteessa (esim. telтта tai caravan)

Viime käynnilläni matkustin matkakohteeseen

- ☐ yksin
- ☐ puolison kanssa
- ☐ perheen kanssa (puoliso ja lapset)
- ☐ ystävien kanssa
- ☐ työkaverien kanssa
- ☐ osana muuta seuruetta

Viime käynnilläni matkakohteessa käytin seuraavia palveluita

- ☐ päivittäistavarakaupat ja huoltoasemat
- ☐ muut ostospaikat (esim. matkamuistomyymälät)
- ☐ ravintolapalvelut
- ☐ ohjelmapalvelut
- ☐ liikennepalvelut (esim. linja-auto tai taksi)
- ☐ muu palvelu, mikä

Vastuullisuus matkakohteessa

Etsin tietoa matkakohteeni ja sen yritysten vastuullisuudesta (voit valita useamman)

- ☐ verkkosivuilta
- ☐ sosiaalisesta mediasta
- ☐ matkailusivustoilta (esim. Tripadvisor)
- ☐ paikan päältä
- ☐ muista kanavista, mistä
- ☐ en etsi vastuullisuustietoa

Arvioi seuraavia väittämiä asteikolla 1-6

(1= ei lainkaan, 2= vähän, 3= jonkin verran, 4= melko paljon, 5= todella paljon, 6= en osaa sanoa)

	Ei lainkaan 1	Vähän 2	Jonkin verran 3	Melko paljon 4	Todella paljon 5	En osaa sanoa 6
Vastuullisuus merkitsee minulle <u>yleisesti</u> arjen tuotteiden ja palveluiden valinnassa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kohteen vastuullisuus vaikutti matkakohteeni valintaan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Yrityksen vastuullisuus vaikuttaa matkakohteessa oleskeluni aikana ja sitä ennen

	Ei lainkaan 1	Vähän 2	Jonkin verran 3	Melko paljon 4	Todella paljon 5	En osaa sanoa 6
a) majoituspaikan valintaan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
b) aktiviteettien valintaan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
c) ravintolapaikan valintaan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
d) matkamuistojen ja muiden tuotteiden valintaan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Vastuullisuus matkakohteessa

Arvioi seuraavia väittämiä asteikolla 1-6

(1= ei lainkaan, 2= vähän, 3= jonkin verran, 4= melko paljon, 5= todella paljon, 6= en osaa sanoa)

Matkakohteeni ja sen yritysten vastuullisuudesta viestitään mielestäni

Ei lainkaan 1	Vähän 2	Jonkin verran 3	Melko paljon 4	Todella paljon 5	En osaa sanoa 6
---------------------	------------	-----------------------	----------------------	------------------------	-----------------------

Kehittämisideat ja muut terveiset

Miten kehittäisit matkakohteen vastuullisuutta? (esim. palveluissa, tuotteissa, viestinnässä)

Muut terveiset:

Olen kiinnostunut matkani hiilijalanjäljen suuruudesta

- ☐ Kyllä
- ☐ Ei

Haluaisin kompensoida matkani aiheuttamat hiilipäästöt

- ☐ Kyllä
- ☐ Ei

Tiedän, mitä termi hiilikädenjälki tarkoittaa

- ☐ Kyllä
- ☐ Ei
- ☐ En ole ikinä kuullutkaan

Ikäni on

- ☐ 18-25 vuotta
- ☐ 26-45 vuotta
- ☐ 46-65 vuotta
- ☐ 66 vuotta tai enemmän

Sukupuoli

- ☐ Nainen
- ☐ Mies
- ☐ Muu
- ☐ En halua kertoa

Kotikuntani on

Kiitos vastauksistasi.

Mikäli haluat osallistua palkintojen arvontaan, jätä yhteystietosi ennen lähetä-painikkeen painamista.

Yhteystietojasi ei yhdistetä vastauksiisi.

Osallistuaksesi arvontaan kirjoita tähän sähköpostiosoitteesi tai puhelinnumerosi: